

**CORRE JUNTOS**

O MOVIMENTO  
DA OLYMPIKUS PARA  
AJUDAR NO CORRE  
DOS BRASILEIROS.



Jundiaí, 10 de agosto de 2020 – Vulcabras Azaleia S.A. (B3: VULC3) anuncia hoje os resultados do segundo trimestre de 2020 (2T20). As informações operacionais e financeiras da Companhia são apresentadas com base em números consolidados e em milhões de reais, elaboradas de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil e com os padrões contábeis internacionais (IFRS). Os dados contidos neste relatório referem-se ao desempenho do segundo trimestre de 2020, comparado ao mesmo período de 2019, exceto quando especificado de forma diversa.

## DESTAQUES

- **Volume Bruto:** 2,8 milhões de pares/peças no 2T20, queda de 57,9% em relação ao 2T19, e 7,5 milhões de pares/peças no 6M20, decréscimo de 40,0% comparado ao 6M19.
- **Receita Líquida:** R\$ 98,7 milhões no 2T20, redução de 69,8% em relação ao 2T19, e R\$ 337,3 milhões no 6M20, queda de 46,2% em comparação ao apresentado no 6M19.
- **Lucro Bruto:** R\$ 26,4 milhões no 2T20, queda de 76,3% em contraste com o 2T19, e R\$ 103,5 milhões no 6M20, redução de 51,5% em relação ao o valor registrado no 6M19.
- **Margem Bruta:** 26,8% no 2T20, queda de 7,2 p.p. quando comparada ao 2T19, e 30,7% no 6M20, decréscimo de 3,3 p.p. em referência à margem do 6M19.
- **Resultado do Período:** (R\$ 75,4) milhões no 2T20, redução de R\$ 105,4 milhões em relação aos R\$ 30,0 milhões apresentados no 2T19, e (R\$ 66,4) milhões no 6M20 com diminuição de R\$ 122,6 milhões em contraste aos R\$ 56,2 do 6M19.
- **EBITDA:** (R\$ 55,1) milhões no 2T20, em comparação aos R\$ 50,5 milhões no 2T19, e (R\$ 27,9) milhões no 6M20, queda de R\$ 125,5 milhões em relação ao obtido no 6M19.

### Cotação VULC3 (30/06/2020):

R\$ 5,24 por ação

### Quantidade de ações

Ordinárias: 245.756.346

### Valor de mercado

R\$ 1,29 bilhão

### Relação com Investidores

Wagner Dantas da Silva (CFO e DRI)

### Site RI Vulcabras Azaleia

<http://vulcabrasazaleiari.com.br/>

### Teleconferência:

11/08/2020 às 10h00 (Brasília)

### Telefones para conexão

#### Brasil:

+55 (11) 3193-1080

+55 (11) 2820-4080

**E-mail RI:** [dri@vulcabras.com.br](mailto:dri@vulcabras.com.br)

**Telefone RI:** +55 (11) 5225-9500

## MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

A Vulcabras Azaleia divulga seus resultados financeiros do segundo trimestre de 2020 em um cenário ainda com reflexos da pandemia, a qual paralisou as atividades em todo o mundo, mas otimista diante da promissora retomada que se inicia.

Somente aqui no Brasil, de acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), as vendas no comércio varejista de vestuário e calçados tiveram queda de 80,8% em abril e de 62,5% em maio, em relação aos mesmos meses do ano anterior, e 37,5% no acumulado de janeiro a maio de 2020 versus o mesmo período de 2019.

O setor calçadista também sofreu os efeitos da COVID-19 e, apesar de projetar um crescimento de até 2,5% na produção de calçados do ano, teve uma queda de 37,9% no primeiro semestre, segundo dados da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (ABICALÇADOS).

Até meados de março, a Vulcabras Azaleia demonstrava uma tendência positiva para seus resultados, mas teve essa tendência abruptamente interrompida com o agravamento da pandemia e o estabelecimento dos decretos estaduais que paralisaram as atividades econômicas em quase todo o território nacional. Visando à preservação da saúde de nossos colaboradores e ao combate da transmissão da Covid-19, a Companhia foi uma das primeiras no país a tomar a decisão de paralisar as operações em suas unidades a partir do dia 20 de março. Apenas o comitê de crise e alguns departamentos essenciais permaneceram trabalhando, de forma remota e com equipes reduzidas, nas ações para a mitigação dos impactos na operação da Companhia.

A paralisação das fábricas e do comércio, em território nacional e internacional, na segunda quinzena de março, que perdurou ao longo do segundo trimestre, refletiu diretamente nos resultados.

No 2T20, a receita líquida foi de R\$ 98,7 milhões, com decréscimo de 69,8% sobre os R\$ 327,0 milhões do 2T19. A margem bruta foi de 26,8% no 2T20, 7,2 p.p. abaixo dos 34,0% verificados no 2T19. O EBITDA foi de (R\$ 55,1) milhões negativos, apresentando redução de 209,1%, em contraposição aos R\$ 50,5 milhões obtidos no 2T19. A margem EBITDA diminuiu 71,2 p.p., atingindo -55,8% no 2T20, ante 15,4% do 2T19.

Apesar de ter atravessado o mês de abril praticamente com todas as nossas operações paralisadas, ao final desse mesmo mês, começamos, ainda que de forma parcial, a nos prepararmos para a retomada da produção, quando a partir do dia 26 de abril aderimos a MP 936/2020 e passamos a operar com redução de 70% na jornada de trabalho. Para isso, a Vulcabras Azaleia segue cumprindo os protocolos estabelecidos pela OMS e oferece orientações sobre as medidas de prevenção através de seus canais internos.

No decorrer do mês de maio, mesmo com uma significativa parte do comércio ainda fechada e somente com a unidade produtiva da Bahia em operação, uma vez que a unidade do Ceará (nossa maior planta) se manteve paralisada em virtude de decretos estaduais, o faturamento

da Companhia foi retomado ao patamar de aproximadamente 30% do mesmo período do ano anterior.

Em junho, com a retomada das operações na unidade produtiva do Ceará acompanhada da reabertura gradual do comércio, houve uma retomada acentuada no faturamento da Companhia, registrando ao redor de 80% do valor obtido no mesmo mês do ano anterior.

Apesar de toda a instabilidade quanto à abertura das praças e dos desafios para a retomada do consumo enfrentados pelo comércio varejista, a força das nossas marcas e do nosso modelo de negócios já apresenta resultados expressivos e promissores. Em julho, com uma robusta carteira de pedidos, revogamos a utilização da MP 936 e retornamos a 100% das atividades em ambas as unidades fabris. O faturamento do mês foi superior ao valor registrado no mesmo mês do ano de 2019, preservando as margens e retomando a rentabilidade.

Em julho, também foram lançadas as coleções do segundo semestre (Azaleia, Olympikus e Under Armour) em um formato inovador, dinâmico e 100% digital. O sucesso dessas coleções também já começa a ser percebido no volume de pedidos capturados nas pré-vendas realizadas com clientes até o momento. O que nos traz confiança e força para buscar uma retomada ainda mais acentuada até o final de 2020.

Nesse mesmo período, a performance das lojas online das marcas da Vulcabras ganhou foco e protagonismo. A Companhia intensificou seus investimentos nos canais de venda online e, como resultado, foi registrado o crescimento de 131% no faturamento em relação ao trimestre anterior. Somente no site da Olympikus, houve aumento de 250% em vendas durante o período.

Esse crescimento foi intensificado, também, com a criação do programa de afiliados “Corre Junto Brasil, que reafirma o compromisso da Olympikus com a comunidade do esporte transformando as pessoas em empreendedores digitais para complementarem sua renda. O programa tem ainda a genuína intenção de movimentar a economia incentivando a venda de produtos nacionais da marca Olympikus, “a marca feita por brasileiros e para brasileiros”. Desde seu lançamento o projeto já atingiu e contribuiu com 5,5 mil usuários inscritos e espera atingir a marca dos 10 mil ainda em 2020.

Mesmo com os desafios enfrentados no primeiro semestre, adotamos com agilidade estratégias visando tanto à proteção dos nossos colaboradores quanto à saúde dos negócios e do mercado. Já colhemos os resultados dessas iniciativas e, no último mês, verificamos a retomada do faturamento de maneira mais acentuada.

O que nos permitiu responder de forma rápida a esse início de recuperação da demanda foi o foco nos pilares estratégicos da Companhia. Hoje nosso parque fabril se encontra dotado com a mais alta tecnologia para esse tipo de indústria, o que nos possibilita responder de forma rápida as novas demandas. Com isso, adaptamos nossas coleções de produtos para reforçar o nosso posicionamento como smart choice, principalmente no portfólio da marca Olympikus. Sabemos da importância de ter os produtos adequados para o momento, a fim de garantirmos

a preferência do consumidor e dos parceiros. Estamos levando ainda mais qualidade, design e tecnologia a eles pela melhor relação custo-benefício do mercado.

Em médio e longo prazo, embora seja muito difícil prever o que irá acontecer, vislumbramos boas oportunidades para a Companhia. Nossa agilidade na entrega e a flexibilidade na produção auxiliam nossos clientes em uma reposição mais assertiva na recuperação das vendas e na manutenção dos níveis de estoques e também nos posiciona como a melhor escolha nesse cenário. Essas características nos tornam ainda mais competitivos!

Seguimos próximos aos nossos clientes, atuando em ações de relacionamento e negociações. Todas essas ações estão possibilitando a normalização nos fluxos de pedidos e faturamentos. Além disso, todas as nossas decisões até aqui também foram traçadas pensando em nossos mais de 13 mil colaboradores, na importância do talento, da força do trabalho e da dedicação de cada um.

O período de isolamento social impôs muitos desafios às cadeias produtivas, comercial, social e econômica; mas a força e a estrutura da Vulcabras Azaleia fizeram a diferença nesse momento. Estamos otimistas e confiantes na normalidade das operações e na volta iminente dos resultados positivos.

**Pedro Bartelle, CEO**

A Vulcabras Azaleia atua há mais de seis décadas no setor calçadista brasileiro. A Companhia utiliza todo o conhecimento já adquirido aliado à constante busca pela inovação, para levar ao consumidor brasileiro a melhor proposta de produtos tecnologicamente desenvolvidos e ícones de moda.

Nesse período, a Companhia consolidou-se como uma das maiores indústrias do setor calçadista do país e se tornou gestora de marcas líderes em seus respectivos segmentos, como a Olympikus, campeã nacional em venda de tênis, *Under Armour*, uma das maiores marcas de confecções, calçados e acessórios esportivos do mundo, e a Azaleia, uma das marcas mais lembradas quando o assunto é sapato feminino.

Essa *expertise* iniciou-se em julho de 1952, com a constituição da Companhia Industrial Brasileira de Calçados Vulcanizados S.A., em São Paulo. Fabricante de sapatos de couro com sola de borracha vulcanizada, teve como um de seus primeiros ícones o Vulcabras 752, cujo nome era referência ao mês e ano de fundação da Companhia.

O modelo de negócio da Vulcabras Azaleia também assegura significativa competitividade, resultando em melhores serviços aos clientes. A Companhia domina todas as etapas do processo produtivo, da pesquisa à produção e do marketing à venda para os lojistas.

Os sapatos produzidos são encontrados em lojas de mais de 12 mil clientes no Brasil e em mais de 20 países, com destaque para a América do Sul. O consumidor também pode encontrar Olympikus, Under Armour e Azaleia em seus canais online.

São mais de 800 novos modelos por ano, projetados e desenvolvidos em um dos maiores centros de tecnologia e desenvolvimento de calçados da América Latina, instalado em Parobé - RS.

Os produtos são confeccionados em duas modernas fábricas no Nordeste, em Horizonte/CE e Itapetinga - BA. Os centros administrativos da Companhia, por sua vez, estão localizados em Jundiaí - SP e São Paulo - SP. Estas cinco unidades no Brasil empregam, diretamente, mais de 13 mil trabalhadores. Há, ainda, duas filiais e centros de distribuição, no Peru e na Colômbia.

A Vulcabras Azaleia, além de dominar o processo, sabe transformar-se. A partir da sintonia entre esses valores em seu cotidiano, a Companhia trabalha com uma estratégia de diversificação de portfólios e ampliação de base na América do Sul. O enfoque está na perenidade dos negócios, buscando constantemente inovação e aperfeiçoamento.

## VOLUME BRUTO

No 2T20, o volume bruto faturado totalizou 2,8 milhões de pares/peças, com queda de 57,9%, comparado ao total do 2T19, de 6,6 milhões de pares/peças.

Diante do avanço da pandemia de Covid-19, que culminou com o decreto de medidas de isolamento social durante o decorrer de todo o segundo trimestre de 2020, a maior parte do comércio varejista manteve-se fechado, tanto no Brasil como nos principais países onde a Companhia atua.

Como consequência dessa paralisação generalizada, as vendas no varejo foram drasticamente reduzidas. O desempenho dos *e-commerces* de suas marcas foi o destaque positivo desse período e ganhou protagonismo nas vendas da Companhia.

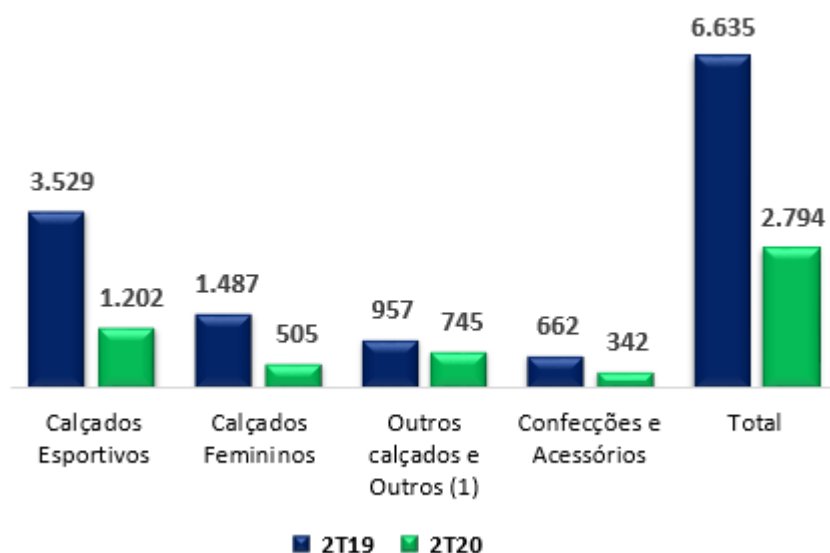
O impacto da interrupção nas vendas levou à queda generalizada no volume vendido do trimestre e, a maioria das categorias e mercados apresentaram variações negativas. A exceção positiva foi o canal de vendas *online* que, por meio dos sites Olympikus.com.br, UnderArmur.com e Azelia.com.br, continuou ativo e apresentou sólido aumento no volume de pares/peças vendidas.

### VOLUME BRUTO DE PARES E PEÇAS/MIL – 2T20 VS. 2T19

| Pares e Peças (Mil)                     | 2T20         | Partic. %     | 2T19         | Partic. %     | Var. % 2T20/2T19 |
|-----------------------------------------|--------------|---------------|--------------|---------------|------------------|
| Calçados Esportivos                     | 1.202        | 43,0%         | 3.529        | 53,2%         | -65,9%           |
| Calçados Femininos                      | 505          | 18,1%         | 1.487        | 22,4%         | -66,0%           |
| Outros calçados e Outros <sup>(1)</sup> | 745          | 26,7%         | 957          | 14,4%         | -22,2%           |
| Confecções e Acessórios                 | 342          | 12,2%         | 662          | 10,0%         | -48,3%           |
| <b>Total</b>                            | <b>2.794</b> | <b>100,0%</b> | <b>6.635</b> | <b>100,0%</b> | <b>-57,9%</b>    |

<sup>1</sup> Chinelos, botas e componentes para calçados.

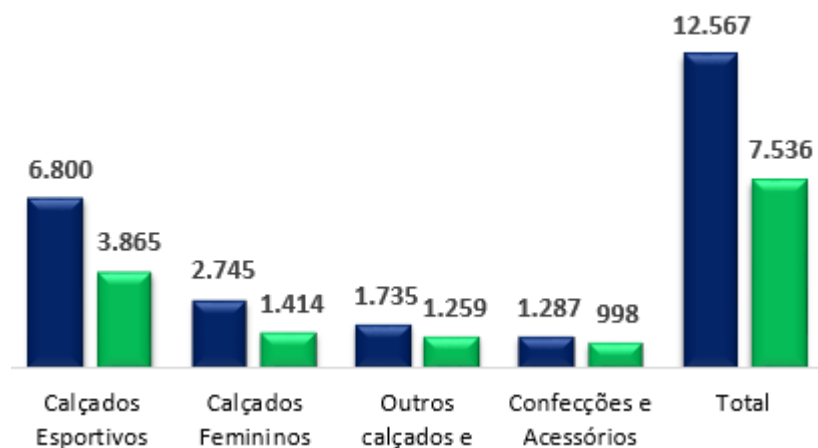




No 1º semestre de 2020, o volume bruto faturado somou 7,5 milhões de pares/peças, com redução de 40,0% em contraposição ao volume do 1º semestre de 2019, de 12,6 milhões de pares/peças.

#### VOLUME BRUTO DE PARES E PEÇAS/MIL – 6M20 VS 6M19

| Pares e Peças (Mil)                     | 6M20         | Partic. %     | 6M19          | Partic. %     | Var. % 6M20/6M19 |
|-----------------------------------------|--------------|---------------|---------------|---------------|------------------|
| Calçados Esportivos                     | 3.865        | 51,3%         | 6.800         | 54,1%         | -43,2%           |
| Calçados Femininos                      | 1.414        | 18,8%         | 2.745         | 21,8%         | -48,5%           |
| Outros calçados e Outros <sup>(1)</sup> | 1.259        | 16,7%         | 1.735         | 13,8%         | -27,4%           |
| Confecções e Acessórios                 | 998          | 13,2%         | 1.287         | 10,3%         | -22,5%           |
| <b>Total</b>                            | <b>7.536</b> | <b>100,0%</b> | <b>12.567</b> | <b>100,0%</b> | <b>-40,0%</b>    |





## RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA: CATEGORIA

No 2T20, a receita líquida foi de R\$ 98,7 milhões, com decréscimo de 69,8% sobre os R\$ 327,0 milhões do 2T19.

O avanço da pandemia de Covid-19 no decorrer do segundo trimestre culminou com a decretação de medidas de isolamento social em todos os estados brasileiros e com o fechamento da maior parcela do varejo físico. O único canal de vendas que se manteve ativo no decorrer de todo esse período foi o canal de *e-commerce*.

No mês de abril, auge das medidas de isolamento, as receitas da Companhia foram próximas a “zero”. A partir de maio, com a liberação parcial para a reabertura do comércio em alguns municípios e usufruindo da carteira de pedidos pré-pandemia, houve, ainda que de maneira lenta, a retomada do faturamento. Em junho, com a retomada das operações na unidade produtiva do Ceará, acompanhada da reabertura gradual do comércio, houve uma retomada acentuada no faturamento da Companhia, registrando ao redor de 80% do valor obtido no mesmo mês do ano anterior. Porém, observando as melhores práticas de governança, foram desconsideradas da receita do mês as faturas emitidas que estavam em trânsito no encerramento do trimestre, devido à instabilidade na abertura de determinadas localidades. Essas faturas foram entregues nos primeiros dias do mês de julho.

Durante todo esse período, a Companhia empenhou-se em fazer todo o possível para minimizar os efeitos desta pandemia, estando ao lado de seus clientes e propondo estratégias para, de forma conjunta, superar este difícil momento. Os esforços concentraram-se nas negociações para a manutenção dos pedidos existentes pré-pandemia, e felizmente os resultados foram positivos, permitindo, assim, já a partir de maio, a retomada do fluxo de entregas sem que houvesse danos com o desabastecimento do varejo.

A receita de Calçados Esportivos apresentou redução de 73,6%, com performance negativa no mercado interno e também no mercado externo. Tanto a receita dos calçados Olympikus como a dos calçados *Under Armour* apresentaram queda em relação do ao mesmo trimestre do ano anterior.

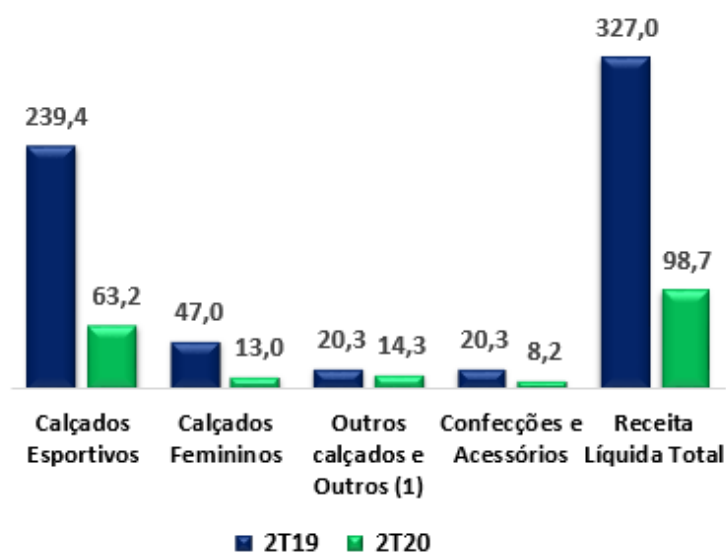
A categoria de Calçados Femininos apresentou retração de 72,3% quando comparada ao mesmo momento de 2019. Durante o período, houve diminuição na receita do mercado interno e externo, devido à queda de volume nas vendas.

A rubrica de Confeções e Acessórios apresentou decréscimo com redução de 59,6% em relação ao 2T19. Tanto as receitas da marca *Under Armour* como as da marca Olympikus apresentaram decréscimo. A categoria de Outros calçados e outros apresentou diminuição de 29,6%, com queda em todas as subcategorias.

No 1º semestre de 2020, a receita líquida resultou em R\$ 337,3 milhões, 46,2% inferior à do 1º semestre de 2019, quando a mesma foi R\$ 626,8 milhões.

### RECEITA LÍQUIDA POR CATEGORIA – 2T20 VS. 2T19

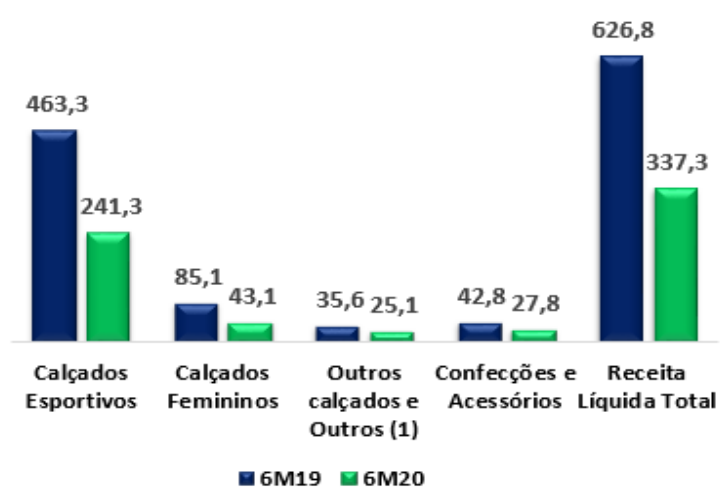
| R\$ Milhões                             | 2T20 | Partic. % | 2T19  | Partic. % | Var. % 2T20/2T19 |
|-----------------------------------------|------|-----------|-------|-----------|------------------|
| Calçados Esportivos                     | 63,2 | 64,0%     | 239,4 | 73,2%     | -73,6%           |
| Calçados Femininos                      | 13,0 | 13,2%     | 47,0  | 14,4%     | -72,3%           |
| Outros calçados e Outros <sup>(1)</sup> | 14,3 | 14,5%     | 20,3  | 6,2%      | -29,6%           |
| Confecções e Acessórios                 | 8,2  | 8,3%      | 20,3  | 6,2%      | -59,6%           |
| Receita Líquida Total                   | 98,7 | 100,0%    | 327,0 | 100,0%    | -69,8%           |



<sup>1</sup>Chinelos, botas e componentes para calçados.

## RECEITA LÍQUIDA POR CATEGORIA – 6M20 VS. 6M19

| R\$ Milhões                             | 6M20  | Partic. % | 6M19  | Partic. % | Var. % 6M20/6M19 |
|-----------------------------------------|-------|-----------|-------|-----------|------------------|
| Calçados Esportivos                     | 241,3 | 71,5%     | 463,3 | 73,9%     | -47,9%           |
| Calçados Femininos                      | 43,1  | 12,8%     | 85,1  | 13,6%     | -49,4%           |
| Outros calçados e Outros <sup>(1)</sup> | 25,1  | 7,4%      | 35,6  | 5,7%      | -29,5%           |
| Confecções e Acessórios                 | 27,8  | 8,3%      | 42,8  | 6,8%      | -35,0%           |
| Receita Líquida Total                   | 337,3 | 100,0%    | 626,8 | 100,0%    | -46,2%           |



## RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA: MERCADOS

A receita líquida do 2T20, no mercado interno, totalizou R\$ 91,6 milhões, com redução de 69,5% em relação ao 2T19, quando foi de R\$ 300,6 milhões.

No mercado interno: o decréscimo deve-se à queda generalizada em todas as categorias. O faturamento ao varejo teve grande queda, pois passou boa parte do trimestre suspenso. O *e-commerce* com as marcas da Companhia foi o único canal de vendas a se manter ativo no decorrer de todo esse período.

No mercado externo, a receita líquida no 2T20 resultou em R\$ 7,1 milhões, apresentando diminuição de 73,1 % sobre os R\$ 26,4 milhões registrados no 2T19.

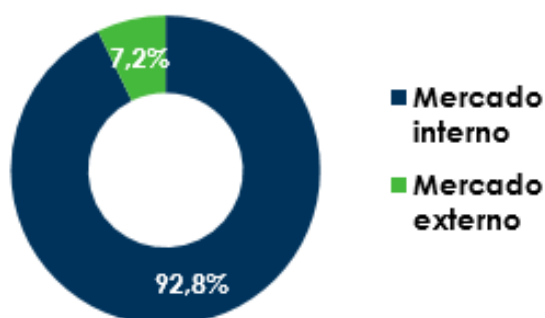
Neste trimestre houve retração nas vendas diretas ao exterior em relação ao mesmo período do ano anterior. Isso também ocorreu devido às restrições impostas com a adoção de medidas de combate à pandemia de Covid-19 pelos países que são os principais destinos dessas exportações. O destaque positivo foi o processo de retomada da comercialização de calçados esportivos para a Argentina e, com isso tivemos crescimento do volume nessa categoria em comparação com o mesmo período de 2019.

Nas vendas das filiais no exterior, a exemplo do ocorrido no Brasil, também foi observada drástica redução em relação ao correspondente período de 2019. Tal situação é resultado do impacto das medidas adotadas de combate à pandemia de Covid-19 pelo Peru e Colômbia, as quais levaram a paralisação de todas as atividades e ao fechamento temporário das 43 lojas exclusivas da Azaleia mantidas naqueles países.

### RECEITA LÍQUIDA POR MERCADO – 2T20 VS. 2T19

| R\$ Milhões                  | 2T20        | Partic. %     | 2T19         | Partic. %     | Var. % 2T20/2T19 |
|------------------------------|-------------|---------------|--------------|---------------|------------------|
| <b>Mercado Interno</b>       | 91,6        | 92,8%         | 300,6        | 91,9%         | -69,5%           |
| <b>Mercado Externo</b>       | 7,1         | 7,2%          | 26,4         | 8,1%          | -73,1%           |
| <b>Receita Líquida Total</b> | <b>98,7</b> | <b>100,0%</b> | <b>327,0</b> | <b>100,0%</b> | <b>-69,8%</b>    |

### PARTICIPAÇÃO POR MERCADO – 2T20

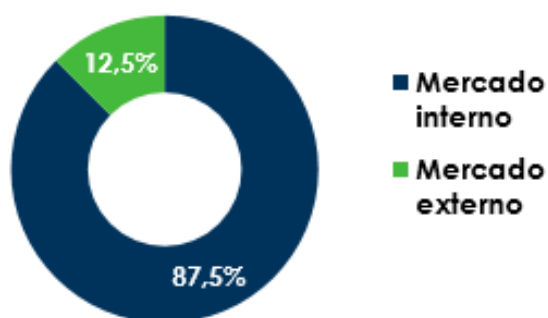


No 1º semestre de 2020, o mercado interno totalizou R\$ 295,1 milhões, apresentando redução de 48,7% em relação ao 1º semestre de 2019, quando a receita líquida foi de R\$ 575,7 milhões. Já no mercado externo, a receita líquida no 1º semestre de 2020 foi de R\$ 42,2 milhões, 17,4% menor frente aos R\$ 51,1 milhões obtidos no mesmo período do ano anterior.

### RECEITA LÍQUIDA POR MERCADO – 6M20 VS. 6M19

| R\$ Milhões           | 6M20  | Partic. % | 6M19  | Partic. % | Var. % 6M20/6M19 |
|-----------------------|-------|-----------|-------|-----------|------------------|
| Mercado Interno       | 295,1 | 87,5%     | 575,7 | 91,8%     | -48,7%           |
| Mercado Externo       | 42,2  | 12,5%     | 51,1  | 8,2%      | -17,4%           |
| Receita Líquida Total | 337,3 | 100,0%    | 626,8 | 100,0%    | -46,2%           |

### PARTICIPAÇÃO POR MERCADO – 6M20



## CANAL DE E-COMMERCE

Em outubro de 2018, ao efetuar a aquisição da subsidiária da *Under Armour*, a Companhia assumiu a responsabilidade pela gestão do comércio eletrônico da marca. Desde então, os investimentos nesse canal se intensificaram, e a estrutura operacional foi reforçada. Em outubro de 2019, aproveitando o conhecimento adquirido e a sinergia dos negócios, foram internalizadas as operações das demais marcas Olympikus.com.br e Azaleia.com.br, as quais até então eram operadas por parceiros comerciais.

Apesar de ainda possuir pequena representatividade na receita total da Companhia, 5,3% do faturamento dos seis primeiros meses do ano, o crescimento desse canal e suas potencialidades representam uma grande alavanca de crescimento.

No decorrer do 2º trimestre de 2020, enquanto todas as operações da Companhia encontravam-se paralisadas e o comércio varejista fechado, em virtude da pandemia de Covid-19, o e-commerce continuou em plena operação e apresentando expressivo crescimento, mesmo diante da crise instalada.

A receita líquida do 2T20, no canal de e-commerce, totalizou R\$ 12,4 milhões, com acréscimo de 182,9% em relação ao 2T19, quando foi de R\$ 4,4 milhões. No 1º semestre de 2020, a receita do e-commerce totalizou R\$ 17,8 milhões, apresentando aumento de 143,4% em relação ao 1º semestre de 2019, cuja receita líquida foi de R\$ 7,3 milhões.

| R\$ Milhões           | 2T20  | 2T19 | Var. %<br>2T20/2T19 | 6M20 | 6M19 | Var. %<br>6M20/6M19 |
|-----------------------|-------|------|---------------------|------|------|---------------------|
| Receita Líquida Total | 12,4  | 4,4  | 182,9%              | 17,8 | 7,3  | 143,4%              |
| Participação ROL      | 12,6% | 1,3% | 11,3 p.p.           | 5,3% | 1,2% | 4,1 p.p.            |

No auge da pandemia, a Companhia criou o programa de afiliados “Corre Junto Brasil”, que nasceu como uma possibilidade de complemento de renda para os profissionais de educação física, através da indicação ou recomendação dos produtos disponíveis em nossa loja online. No final do mês de junho, já contávamos com mais de 5,5 mil afiliados. O projeto Corre Junto Brasil reafirma o compromisso da Olympikus com a comunidade do esporte, que, por meio dele, busca transformar as pessoas em empreendedores digitais para complementarem sua renda.

No mês de junho, segundo pesquisa divulgada pela “Similar Web”, o e-commerce da Olympikus já estava posicionado entre o “TOP 100” do Brasil em acessos. Um resultado notável para uma operação própria de apenas nove meses de idade.

## CUSTO DOS PRODUTOS VENDIDOS (CPV)

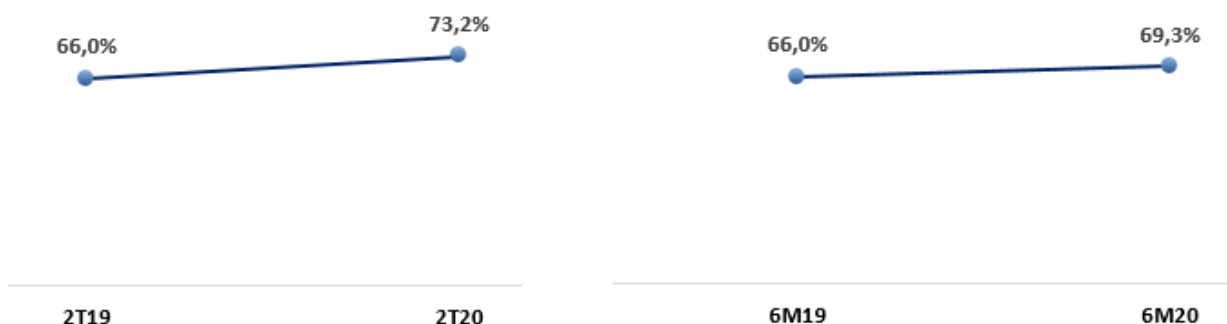
No 2T20, como percentual da receita líquida de vendas, o custo dos produtos vendidos representou 73,2%, frente aos 66,0% registrados no mesmo período de 2019. Ao longo do segundo trimestre, a adoção de medidas para o enfrentamento à disseminação da pandemia de Covid-19, foi determinante na forma de absorção dos custos fabris, e consequente elevação dos custos dos produtos vendidos.

O 2º trimestre teve início com as duas plantas fabris da Companhia totalmente paralisadas. Somente no final do mês de abril, ainda que de forma parcial, houve o início da retomada da produção. A unidade de Itapetinga (BA) retornou a partir de 27/04/2020, com redução de jornada e salários em 70%. Em atendimento aos decretos governamentais do Estado do Ceará, a retomada da produção na unidade de Horizonte (CE), só ocorreu a partir de 01/06/2020, também de forma parcial, com redução de jornada e salários em 70%. Tal situação ocasionou a diminuição expressiva da produção e levou a Companhia a reconhecer as despesas fixas das plantas, embora não houvesse produção alguma. Posteriormente com a retomada parcial, ocorreu a elevação no custo dos produtos fabricados devido à absorção dos custos fixos por um menor volume de produção.

Para que melhor fossem refletidos os impactos da pandemia de Covid-19 nos resultados da Companhia, os custos industriais relativos à mão de obra (MOD) e custos indiretos de fabricação (CIF) não apropriados aos produtos em função da paralisação ou redução de jornada das fábricas, no montante de R\$ 36,4 milhões, foram transferidos para Outras Receitas (despesas) operacionais líquidas, conforme previsto na NBC TG 6-Estoques. Mesmo com a reclassificação acima citada, o CPV do 2T20 se manteve prejudicado pelo reconhecimento da perda de R\$ 6,0 milhões com a constituição de provisão para baixa por obsolescência de algumas matérias-primas existente nos estoques da Companhia. Em virtude da interrupção das fábricas, algumas matérias primas acabaram por extrapolar o prazo determinado para a classificação como “material sem giro”, o que resultou no reconhecimento da devida provisão por obsolescência.

Nos seis meses de 2020, como percentual da receita líquida de vendas, o custo das vendas representou 69,3%, comparado aos 66,0% do mesmo período do ano de 2019.

### CUSTO DOS PRODUTOS VENDIDOS (% CPV/ROL)





## LUCRO BRUTO

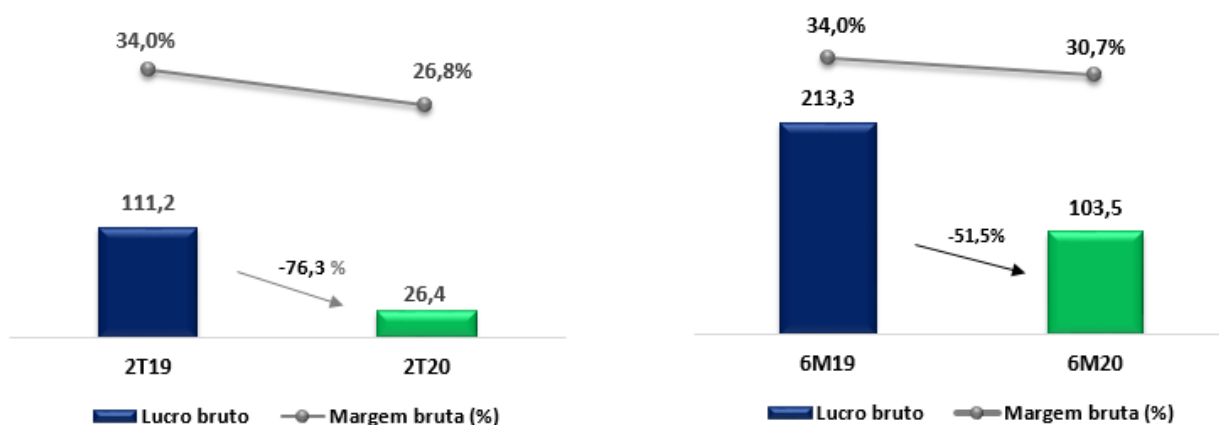
O lucro bruto do 2T20 foi de R\$ 26,4 milhões, com redução de 76,3% em relação aos R\$ 111,2 milhões registrados no 2T19. A margem bruta foi de 26,8% no 2T20, 7,2 p.p. abaixo dos 34,0% verificados no 2T19.

Neste 2º trimestre de 2020, o impacto sofrido em decorrência da pandemia de Covid-19 foi de grande proporção. Em um curto prazo de tempo, a Companhia teve de paralisar a produção, suspender o faturamento e buscar adaptar-se à nova realidade que se deslumbra. Essa interrupção abrupta trouxe consequências muito graves à Companhia e toda a cadeia calçadista.

Mesmo com reclassificação efetuada no CPV - Custo dos Produtos Vendidos no 2º trimestre de 2020, para melhor demonstrar o impacto negativo da pandemia, a margem bruta foi impactada negativamente pelos seguintes fatores: (i) reconhecimento de perdas por obsolescência nos estoques; (ii) perda de quase a totalidade das receitas dos canais de varejo físico, tanto no mercado interno como no mercado externo; e (iii) elevação dos custos dos produtos fabricados, mesmo com a citada reclassificação.

No 1º semestre de 2020, o lucro bruto foi de R\$ 103,5 milhões, com redução de 51,5% sobre os R\$ 213,3 milhões obtidos no 1º semestre de 2019. A margem no 1º semestre de 2020 foi de 30,7%, sendo 3,3 p.p. menor que a obtida no 1º semestre de 2019 (34,0%).

### LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA



## DESPESAS COM VENDAS E PROPAGANDA

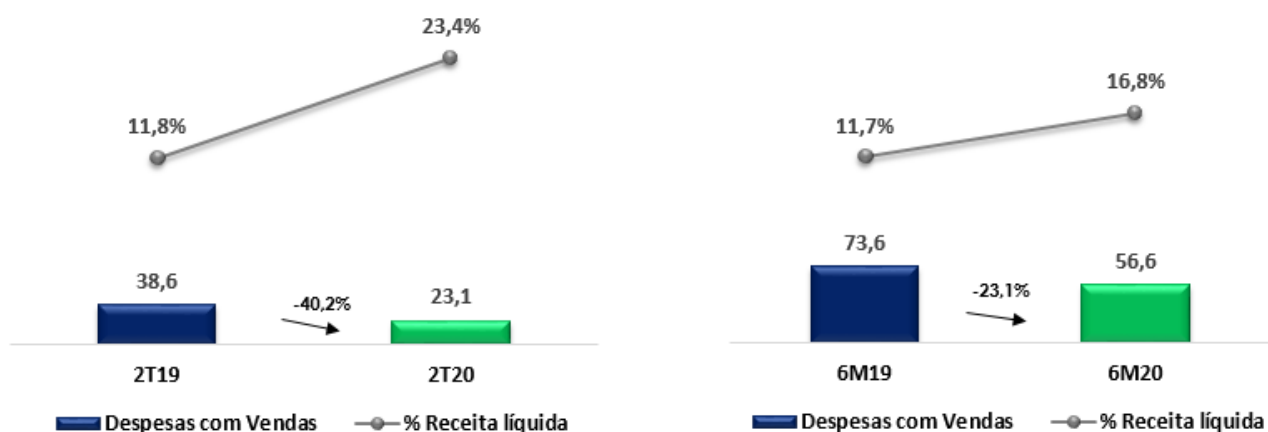
As despesas com vendas e propaganda no 2T20 registraram um total de R\$ 35,1 milhões, queda de 35,0% em comparação ao 2T19.

As despesas com vendas (ex-propaganda) apresentaram redução de 40,2% no 2T20, sobre as mesmas apresentadas no 2T19. Foram registrados R\$ 23,1 milhões no 2T20, em relação a R\$ 38,6 milhões no mesmo período do ano anterior. Como participação da receita, as despesas com vendas (ex-propaganda) constituem 23,4% no 2T20 relativamente aos 11,8% do 2T19, perfazendo um aumento de 11,6 p.p. O crescimento relativo nas despesas com vendas na comparação dos períodos é justificado, majoritariamente, em decorrência da expressiva redução da receita neste trimestre.

As despesas comerciais variáveis comportaram-se dentro da normalidade, mantendo-se em linha com as apresentadas nos últimos trimestres. A provisão de perda com liquidação duvidosa de clientes sofreu aumento devido ao reconhecimento neste trimestre de R\$ 7,4 milhões de prováveis perdas.

No 1º semestre de 2020, registrou-se despesa com vendas (ex-propaganda) de R\$ 56,6 milhões, um decréscimo de 23,1% em comparação aos R\$ 73,6 milhões do 1º semestre de 2019. A participação das despesas com vendas sobre a receita líquida apresentou aumento de 5,1 p.p. na comparação do 6M19 com o 6M20, de 11,7% para 16,8%.

### DESPESAS COM VENDAS (Ex-propaganda)



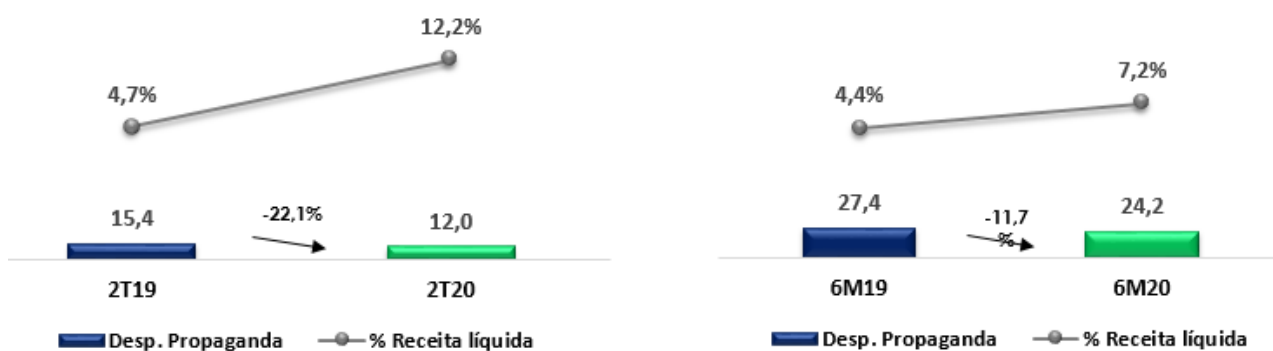
No 2T20, as despesas com propaganda e marketing somaram R\$ 12,0 milhões, com redução de 22,1% sobre os R\$ 15,4 milhões do 2T19.

A participação das despesas com propaganda e marketing sobre a receita líquida representou 12,2% no 2T20, ante 4,7% do 2T19, um aumento de 7,5 p.p. O crescimento relativo nas despesas de marketing contrapondo os dois períodos é justificado pela menor receita no 2T20.

Diante da paralisação generalizada do comércio varejista e da impossibilidade de realização do cronograma de eventos, o budget de marketing foi revisado e adaptado para a realidade do momento.

No 1º semestre de 2020, as despesas totalizaram R\$ 24,2 milhões, decréscimo de 11,7% se comparadas àquelas do 1º semestre de 2019, que somavam R\$ 27,4 milhões.

### DESPESAS COM PROPAGANDA E MARKETING



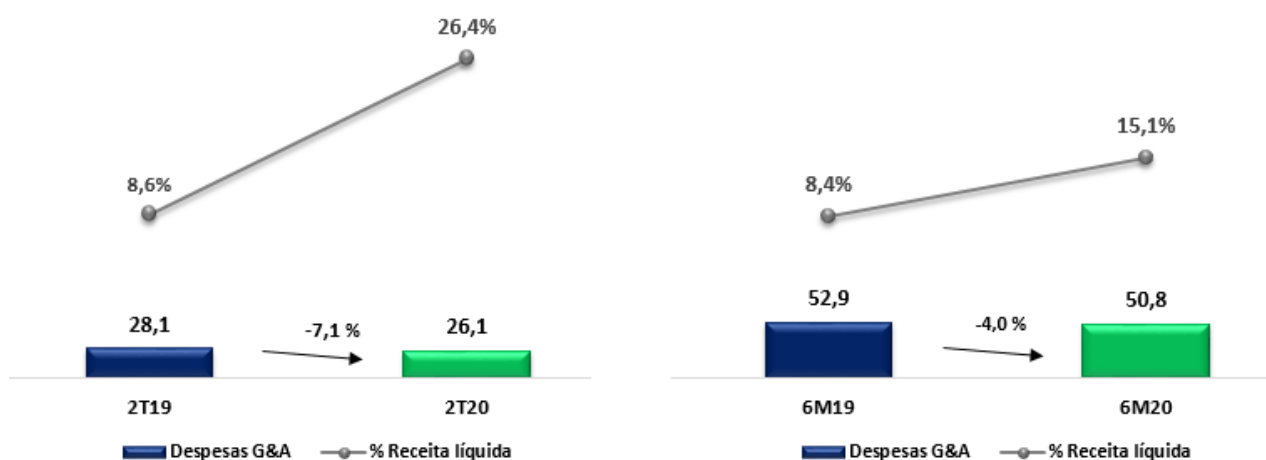
## DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS

As despesas administrativas foram de R\$ 26,1 milhões no 2T20, redução de 7,1% ao valor apresentado no 2T19. Em percentual sobre a receita líquida, houve aumento de 17,8 p.p., com o valor de 8,6% no 2T19 para 26,4 % no 2T20, devido à redução na receita do 2T20.

Durante o trimestre houve redução na maior parte dos componentes dessa rubrica. Nas despesas com pessoal, o incremento se refere a despesas não recorrentes de reestruturação, que foi parcialmente compensado pelos descontos obtidos no pagamento dos arrendamentos mercantis.

No 1º semestre de 2020, em relação ao mesmo período de 2019, ocorreu redução de 4,0 % das despesas gerais e administrativas, passando de R\$ 52,9 milhões para R\$ 50,8 milhões. Ao comparar o percentual sobre a receita líquida, observa-se crescimento no 1º semestre de 2020 de 6,7 p.p. em relação ao equivalente período do ano anterior.

### DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS



## OUTRAS RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS LÍQUIDAS

No 2T20, as Outras Receitas (Despesas) Operacionais Líquidas resultaram em uma despesa de R\$ 38,0 milhões, diante de uma receita de R\$ 1,8 milhão no 2T19. O expressivo crescimento nas despesas registradas no 2º trimestre de 2020, deve-se ao reconhecimento dos custos de ociosidade ocasionados pela pandemia de Covid-19 no montante de R\$ 36,4 milhões.

No 1º semestre de 2020, o valor originou uma despesa de R\$ 38,1 milhões, perante uma receita de R\$ 0,9 milhão no 1º semestre de 2019.

### OUTRAS RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS LÍQUIDAS

| R\$ Milhões                                      | 2T20  | 2T19 | Var. %<br>2T20/2T19 | 6M20  | 6M19 | Var. %<br>6M20/6M19 |
|--------------------------------------------------|-------|------|---------------------|-------|------|---------------------|
| Outras receitas (despesas) operacionais líquidas | -38,0 | 1,8  | -2211,1%            | -38,1 | 0,9  | -4333,3%            |

## RESULTADO FINANCEIRO LÍQUIDO

O resultado financeiro líquido no 2T20 registrou uma despesa de R\$ 1,6 milhão, em contraste ao mesmo período de 2019, o qual apresentou uma despesa de R\$ 0,8 milhão. Na comparação dos trimestres, as principais variações foram observadas no aumento dos juros pagos em virtude do aumento do endividamento, no ganho da variação cambial e devido ao reconhecimento da atualização de ganho de crédito tributário no 2T19.

O resultado financeiro transformou-se a partir de uma despesa financeira equivalente a R\$ 2,6 milhões, no 1º semestre de 2019, para uma receita de R\$ 3,3 milhões, no 1º semestre de 2020.

### RESULTADO FINANCEIRO LÍQUIDO

| R\$ Milhões                         | 2T20         | 2T19        | Var. %<br>2T20/2T19 | 6M20         | 6M19         | Var. %<br>6M20/6M19 |
|-------------------------------------|--------------|-------------|---------------------|--------------|--------------|---------------------|
| Estrutura de capital                | -3,9         | -1,4        | 178,6%              | -6,4         | -2,9         | 120,7%              |
| Operacionais                        | -0,9         | -3,0        | -70,0%              | -3,0         | -5,5         | -45,5%              |
| Cambiais                            | -5,5         | -2,5        | 120,0%              | -10,7        | -5,9         | 81,4%               |
| <b>Despesas Financeiras</b>         | <b>-10,3</b> | <b>-6,9</b> | <b>49,3%</b>        | <b>-20,1</b> | <b>-14,3</b> | <b>40,6%</b>        |
| Estrutura de capital                | 1,3          | 1,0         | 30,0%               | 2,3          | 2,5          | -8,0%               |
| Operacionais                        | 0,6          | 3,3         | -81,8%              | 2,9          | 4,0          | -27,5%              |
| Cambiais                            | 6,8          | 1,8         | 277,8%              | 18,2         | 5,2          | 250,0%              |
| <b>Receitas Financeiras</b>         | <b>8,7</b>   | <b>6,1</b>  | <b>42,6%</b>        | <b>23,4</b>  | <b>11,7</b>  | <b>100,0%</b>       |
| <b>Resultado Financeiro Líquido</b> | <b>-1,6</b>  | <b>-0,8</b> | <b>100,0%</b>       | <b>3,3</b>   | <b>-2,6</b>  | <b>-226,9%</b>      |

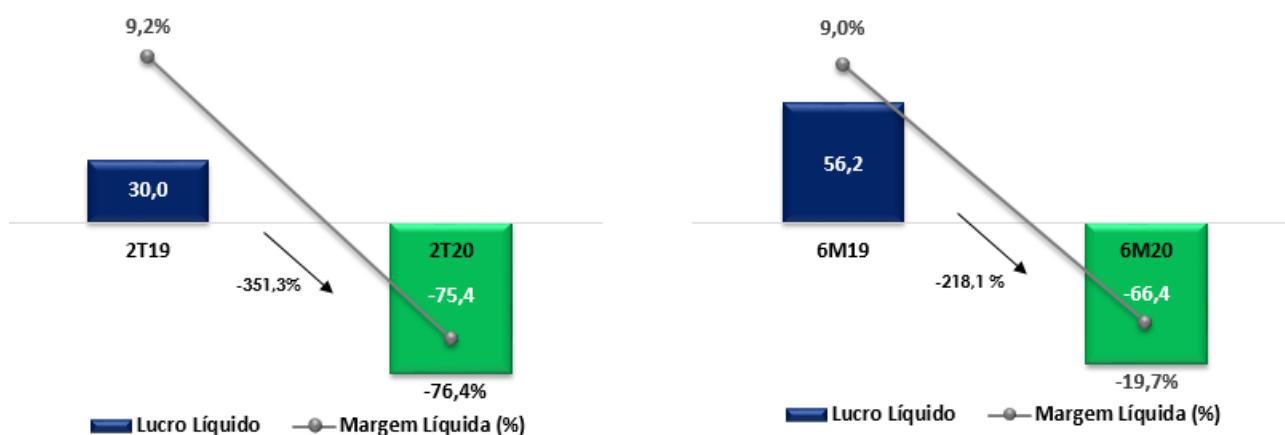
## LUCRO LÍQUIDO

O resultado líquido do 2T20 foi de um prejuízo de (R\$ 75,4) milhões e representou um decréscimo de 351,3% sobre o lucro líquido de R\$ 30,0 milhões no 2T19. A margem líquida atingiu -76,4% no 2T20, em comparação aos 9,2% alcançada no 2T19; uma redução de 85,6 p.p.

Mesmo com todas as medidas adotadas para contenção das despesas, o resultado do 2º trimestre foi duramente afetado, apresentando expressivo prejuízo líquido.

A margem líquida na comparação dos semestres foi reduzida em 28,7 p.p., de 9,0% no 1º semestre de 2019 para -19,7% em 2020.

### LUCRO LÍQUIDO E MARGEM LÍQUIDA



## EBITDA

No 2T20, o EBITDA foi de (R\$ 55,1) milhões, apresentando redução de 209,1%, em contraposição aos R\$ 50,5 milhões obtidos no 2T19. A margem EBITDA diminuiu 71,2 p.p., atingindo -55,8 % no 2T20, ante 15,4% do 2T19.

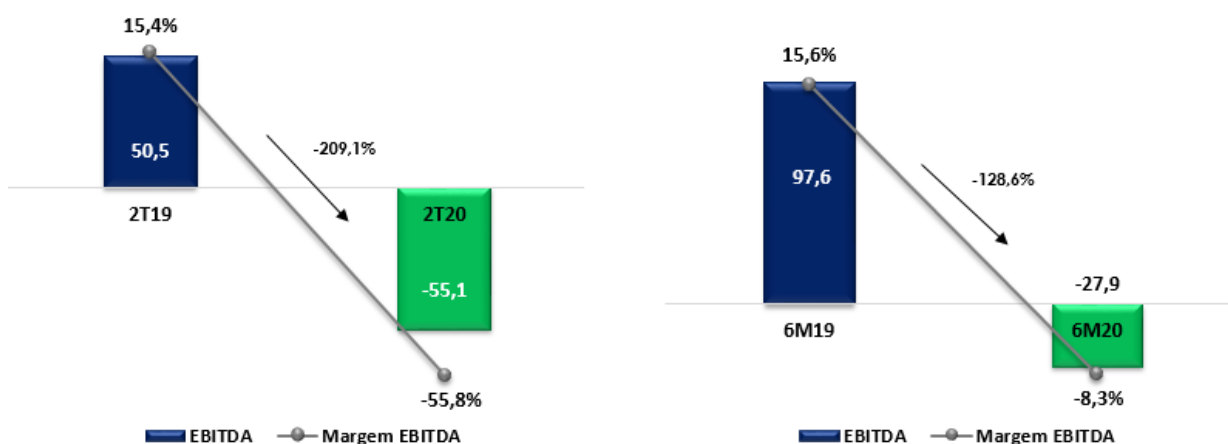
Esse resultado é devido principalmente à drástica retração da receita líquida em todos os negócios da Companhia e ao reconhecimento dos custos fabris, mesmo diante da paralisação das operações, em virtude da escalada da Covid-19.

Com a adoção da norma IFRS 16 / CPC 06 (R2) (Operações de Arrendamento Mercantil) o EBITDA do 2T20 foi positivamente impactado em R\$ 1,5 milhão, valor sensivelmente menor que o reconhecido no mesmo período do ano anterior, devido aos descontos obtidos nas parcelas de amortização durante os meses de pandemia.

No 1º semestre de 2020, o EBITDA foi de (R\$ 27,9) milhões, com decréscimo de 128,6% sobre os R\$ 97,6 milhões verificados no 1º semestre de 2019. A margem EBITDA apresentou queda de 23,9 p.p., alcançando -8,3% em 2020.

No 6M20, o EBITDA foi impactado pela adoção da norma IFRS 16 / CPC 06 em R\$ 4,6 milhões.

### EBITDA – 2T20 vs. 2T19 / 6M20 vs. 6M19





## ROIC (RETORNO SOBRE CAPITAL INVESTIDO)

O retorno sobre capital investido – ROIC<sup>13</sup> – anualizado atingiu 0,9% no 2T20-LTM (últimos doze meses encerrados em 30/06/2020), o qual representa redução de 12,7 p.p. sobre o resultado de 13,6% obtido em 31/12/2019.

| ROIC                                                        | 2017         | 2018         | 2019           | 6M20           |
|-------------------------------------------------------------|--------------|--------------|----------------|----------------|
| Lucro Líquido do Exercício/Período (LTM)                    | 188,9        | 152,1        | 143,1          | 20,5           |
| (+) Resultado Financeiro (LTM)                              | 49,6         | 6,2          | (5,1)          | (11,0)         |
| <b>NOPAT</b>                                                | <b>238,5</b> | <b>158,3</b> | <b>138,0</b>   | <b>9,5</b>     |
| <b>Capital Investido</b>                                    |              |              |                |                |
| Financiamentos e Empréstimos                                | 94,8         | 60,0         | 43,1           | 278,5          |
| (-) Caixa e Equivalentes de Caixa                           | (100,5)      | (68,6)       | (62,2)         | (172,4)        |
| (-) Aplicações Financeiras                                  | (5,7)        | (2,5)        | (2,8)          | (154,6)        |
| (+) Mútuo com Partes Relacionadas                           | 8,6          | 16,3         | 16,9           | 17,3           |
| (+) Patrimônio Líquido                                      | 784,6        | 941,5        | 1.087,4        | 1.029,7        |
| <b>Total Capital Investido</b>                              | <b>781,8</b> | <b>946,7</b> | <b>1.082,4</b> | <b>998,5</b>   |
| <b>Média de Capital Investido no período <sup>(1)</sup></b> | <b>801,4</b> | <b>864,3</b> | <b>1.014,6</b> | <b>1.040,5</b> |
| <b>ROIC anualizado <sup>(2)</sup></b>                       | <b>29,8%</b> | <b>18,3%</b> | <b>13,6%</b>   | <b>0,9%</b>    |

O retorno sobre o capital investido ajustado (ROIC-ajustado<sup>3</sup>) anualizado foi de 1,3% no 2T20 - LTM (últimos doze meses encerrados em 30/06/2020), com retração de 17,0 p.p. sobre o resultado de 18,3% contabilizado em 31/12/2019.

| ROIC AJUSTADO                                               | 2017         | 2018         | 2019         | 6M20         |
|-------------------------------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Lucro Líquido do Exercício/Período (LTM)                    | 188,9        | 152,1        | 143,1        | 20,5         |
| (+) Resultado Financeiro (LTM)                              | 49,6         | 6,2          | (5,1)        | (11,0)       |
| (-) Ganho por conta vantajosa (LTM)                         | (6,9)        | (13,6)       | –            | –            |
| (-) Resultado da equivalência patrimonial (LTM)             | (1,8)        | (1,8)        | (0,3)        | 1,0          |
| <b>NOPAT (Ajustado)</b>                                     | <b>229,8</b> | <b>142,9</b> | <b>137,7</b> | <b>10,5</b>  |
| <b>Capital Investido</b>                                    |              |              |              |              |
| Financiamentos e Empréstimos                                | 94,8         | 60,0         | 43,1         | 278,5        |
| (-) Caixa e Equivalentes de Caixa                           | (100,5)      | (68,6)       | (62,2)       | (172,4)      |
| (-) Aplicações Financeiras                                  | (5,7)        | (2,5)        | (2,8)        | (154,6)      |
| (+) Mútuo com Partes Relacionadas                           | 8,6          | 16,3         | 16,9         | 17,3         |
| (-) Ágio da Compra                                          | (198,2)      | (198,2)      | (198,2)      | (198,2)      |
| (-) Investimento em Controlada                              | (40,1)       | (61,8)       | (62,0)       | (59,7)       |
| (+) Patrimônio Líquido                                      | 784,6        | 941,5        | 1.087,4      | 1.029,7      |
| <b>Total Capital Investido Ajustado</b>                     | <b>543,5</b> | <b>686,7</b> | <b>822,2</b> | <b>740,6</b> |
| <b>Média de Capital Investido no período <sup>(1)</sup></b> | <b>568,3</b> | <b>615,1</b> | <b>754,5</b> | <b>781,4</b> |
| <b>ROIC Ajustado anualizado <sup>(3)</sup></b>              | <b>40,4%</b> | <b>23,2%</b> | <b>18,3%</b> | <b>1,3%</b>  |

ROIC: Return on invested capital. Em português, retorno sobre o capital investido.

(1) Média do capital investido do final deste período e do final do ano anterior.

(2) Cálculo ROIC: NOPAT dos últimos 12 meses dividido pelo capital investido médio.

(3) O ROIC Ajustado é uma medida não contábil calculada dividindo-se NOPAT Ajustado (definido como o lucro (prejuízo) líquido acrescido do resultado financeiro líquido deduzido da equivalência patrimonial e o resultado de operações descontinuadas), dividido pelo Capital Investido médio ajustado. O Capital Investido Ajustado é definido como a soma do capital próprio (patrimônio líquido) e a Dívida Líquida (conforme definido abaixo), deduzido do ágio registrado no intangível e o investimento em sociedades não controladas.

No 2º trimestre de 2020, foram investidos R\$ 13,6 milhões em imobilizado. Os investimentos realizados neste trimestre foram destinados à sustentação das operações da Companhia, bem como a continuidade do projeto de modernização das plantas fabris. A aplicação em ativos intangíveis do 2T20 foi de R\$ 0,8 milhão. O destaque nos investimentos em intangíveis se deu na rubrica de softwares e visam à modernização da estrutura de BackOffice.

Nos últimos dois anos, a Companhia investiu ao redor de R\$ 100 milhões adicionais com foco em maquinários, expansão e tecnologia para esse tipo de indústria, o que nos possibilita responder de forma rápida às novas tendências do mercado. Além disso, a planta de Horizonte, no Ceará, sofreu uma significativa ampliação, foram 6.800 m² de investimentos no futuro e na economia da companhia.

No 1º semestre de 2020, o valor investido em imobilizado totalizou R\$ 31,2 milhões. Em ativos intangíveis, o valor investido no 1º semestre de 2020 totalizou R\$ 1,4 milhão.

## ADIÇÕES DE IMOBILIZADO E INTANGÍVEL

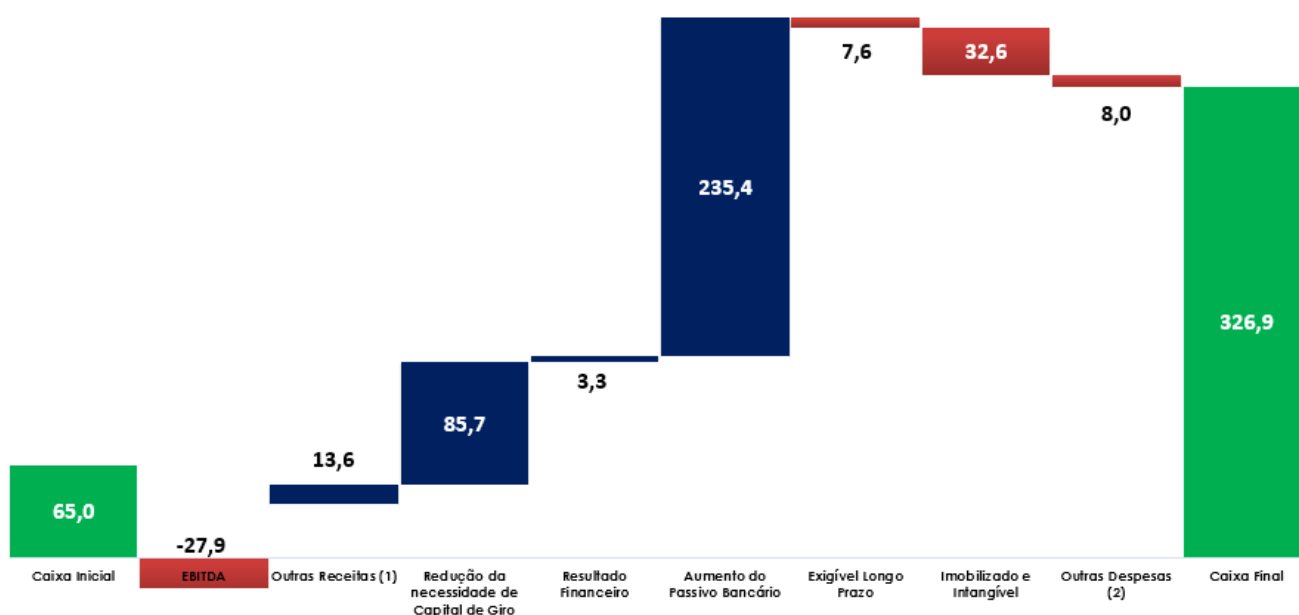
| R\$ Milhões             | 2T20        | 2T19        | Var. %<br>2T20/2T19 | 6M20        | 6M19        | Var. %<br>6M20/6M19 |
|-------------------------|-------------|-------------|---------------------|-------------|-------------|---------------------|
| Moldes                  | 4,7         | 11,7        | -59,8%              | 11,9        | 24,0        | -50,4%              |
| Máquinas e Equipamentos | 7,0         | 6,6         | 6,1%                | 11,3        | 13,2        | -14,4%              |
| Instalações             | 1,6         | 7,8         | -79,5%              | 6,5         | 12,3        | -47,2%              |
| Outros                  | 0,3         | 2,2         | -86,4%              | 1,5         | 3,1         | -51,6%              |
| <b>Imobilizado</b>      | <b>13,6</b> | <b>28,3</b> | <b>-51,9%</b>       | <b>31,2</b> | <b>52,6</b> | <b>-40,7%</b>       |
| Software                | 0,8         | 1,0         | -20,0%              | 1,4         | 1,2         | 16,7%               |
| Cessão Direito          | 0,0         | 0,0         | 0,0%                | 0,0         | 0,0         | 0,0%                |
| Outros                  | 0,0         | 0,0         | 0,0%                | 0,0         | 0,0         | 0,0%                |
| <b>Intangível</b>       | <b>0,8</b>  | <b>1,0</b>  | <b>-20,0%</b>       | <b>1,4</b>  | <b>1,2</b>  | <b>16,7%</b>        |
| <b>Total Geral</b>      | <b>14,4</b> | <b>29,3</b> | <b>-50,9%</b>       | <b>32,6</b> | <b>53,8</b> | <b>-39,4%</b>       |

## FLUXO DE CAIXA

A geração de caixa nos seis meses do ano foi de R\$ 113,6 milhões, reduzida em R\$ 3,4 milhões pelo efeito da conversão das investidas no exterior, perfazendo a variação positiva de caixa de R\$ 110,2 milhões. A variação apresentada foi constituída essencialmente pelos seguintes eventos: (i) EBITDA de (R\$ 27,9) milhões; (ii) redução da necessidade de capital de giro de R\$ 85,7 milhões; (iii) aumento no passivo bancário em R\$ 235,4 milhões; (iv) investimentos em imobilizado e intangível de R\$ 32,6 milhões; e (v) crescimento no exigível em longo prazo de R\$ 7,6 milhões.

A principal variação no capital de giro no 2T20 ocorreu devido à redução de contas a receber de clientes. A paralisação generalizada das operações da Companhia no decorrer de todo o segundo trimestre de 2020 levou à expressiva queda na receita e consequente diminuição do contas a receber.

### FLUXO DE CAIXA – 2T20



(1) Outras Receitas: Alienação/Baixa do Imobilizado e Intangível + Stock Options.

(2) Outras Despesas: IR e CSLL + Efeito da conversão de investidas no exterior + Pagamento de passivos de arrendamentos financeiros.

## ENDIVIDAMENTO

No final do 2T20, a Companhia apresentava posição financeira líquida positiva de R\$ 48,5 milhões, sendo 121,5% superior à observada no encerramento de 31/12/2019. A dívida bruta totalizou R\$ 278,5 milhões, com crescimento de 546,2% em relação ao saldo de 31/12/2019. Também houve o aumento nas disponibilidades de 418,3%.

Desde os primeiros impactos da pandemia, a Companhia manteve sua disciplina financeira e buscou reforçar o caixa com aportes realizados junto a linhas de créditos, as quais se encontravam pré-aprovadas, priorizando operações incentivadas e com prazos alongados. Tais medidas visam fazer frente aos impactos negativos que ainda possam ser ocasionados pela pandemia de Covid-19 no nível de atividade da Companhia.

### DÍVIDA LÍQUIDA

| R\$ Milhões                   | 31/12/2018    | 31/12/2019    | 6M20          | Var. %<br>6M20 /<br>31/12/2019 |
|-------------------------------|---------------|---------------|---------------|--------------------------------|
| Financiamentos e empréstimos  | 60,0          | 43,1          | 278,5         | 546,2%                         |
| Caixa e equivalentes de caixa | 68,6          | 62,2          | 172,4         | 177,2%                         |
| Aplicações financeiras        | 2,5           | 2,8           | 154,6         | 5421,4%                        |
| <b>Dívida Líquida</b>         | <b>(11,1)</b> | <b>(21,9)</b> | <b>(48,5)</b> | <b>121,5%</b>                  |

### EVOLUÇÃO DA DÍVIDA LÍQUIDA



### DÍVIDA BRUTA POR MOEDA

| R\$ Milhões                               | 31/12/2019  | 6M20         | Var. % 6M20<br>/ 31/12/2019 |
|-------------------------------------------|-------------|--------------|-----------------------------|
| Moeda Nacional                            | 43,1        | 233,6        | 442,0%                      |
| Moeda Estrangeira                         | –           | 44,9         | 0,0%                        |
| <b>Total Financiamentos e Empréstimos</b> | <b>43,1</b> | <b>278,5</b> | <b>546,2%</b>               |

### OLYMPIKUS

No dia 7 de maio, a Olympikus, marca que mais vende tênis no Brasil, lançou seu projeto, o Corre Junto Brasil, um movimento criado para ajudar e incentivar os brasileiros a obterem uma renda extra. Como marca oficial da corrida do país, queremos estar junto das pessoas nesse momento, apoiando “o corre” dos brasileiros dentro e fora das pistas.

O projeto, além de apoiar quem trabalha duro para conquistar e fazer acontecer, ainda tem a genuína intenção de movimentar a economia, ajudando a comunidade de profissionais do esporte e incentivando a venda de produtos nacionais. Quem compra Olympikus, marca feita por brasileiros e para brasileiros, move as engrenagens da economia. Desde seu lançamento, a marca já atingiu e contribuiu com 5.500 usuários inscritos e está caminhando para os 10 mil, meta até setembro. A plataforma permite qualquer profissional, do segmento esportivo ou não, obter renda extra com a venda de produtos Olympikus pelo site [www.olympikus.com.br](http://www.olympikus.com.br) e se tornar um empreendedor digital. Basta se cadastrar com CPF ou CNPJ, gratuitamente, no site [www.correjuntobrasil.com.br](http://www.correjuntobrasil.com.br). Realizada a inscrição, um link e um cupom de desconto são gerados para o usuário divulgá-los em sua rede de contatos. A compra de qualquer produto Olympikus deverá ser feita pelo do link, que irá garantir 10% de comissão ao afiliado.



O lançamento do projeto aconteceu por meio de um meeting virtual entre o time Olympikus, mais de 200 influenciadores e seus parceiros. Com o encontro e a campanha de mídia ativa, a Olympikus conquistou o resultado de 22.7 milhões de alcance nas redes sociais. O Corre Junto Brasil ganhou ainda mais visibilidade com o endosso de oportunidades estratégicas na imprensa, nas quais os porta-vozes da empresa puderam falar sobre a ação.



🇧🇷CORRE JUNTO🇧🇷 sabe quando um blogueiro/influenciador diz assim: acessa o site pelo meu link e ganhe desconto? e vc vai lá, acessa o link e tem desconto mesmo no tal produto? 🤔 É isso que a @olympikus permitiu para o brasileiro!!! como assim Marcinha? . ela criou um projeto chamado CORRE JUNTO, que você se cadastra, compartilha o seu link com as pessoas.. para que façam suas compras no site da marca. . quem compra com seu link tem 20% de desconto no total da compra....e o "dono do link" (você), também terá parte do valor do produto revertido pra si.. em dinheiro mesmo💚💛 não é fantástico? . nessa fase de isolamento, muitas pessoas tiveram sua remuneração reduzida ou até mesmo foram dispensadas dos seus Jobs😞...e vejo aí uma grande oportunidade pra vc ter um rendimento e ajudar a roda girar! . quem aí já se cadastrou? quem aí já falou pra alguém da família ou vizinho q sabe que precisa complementar a renda?! compartilhem! cadastrem-se! boraaa movimentar o PIB!🇧🇷🇧🇷. o link pra vocês se cadastrarem está aí no meu perfil! 😊 . #runmarcinha #furia #correjunto #olympikus

Nos meses de março, abril e maio, a Olympikus também promoveu no Instagram da marca 16 lives, a fim de levar entretenimento e conteúdo qualificado e informativo para as pessoas ficarem na segurança de seus lares. As lives foram ministradas por profissionais respeitados, e os assuntos abordados foram os mais diversos, como cuidados com a alimentação, saúde mental, a importância do sono e aulas de diferentes modalidades, como treino, luta e yoga, temas tão importantes e demandados nesse momento, o que reforça o propósito da marca de democratizar o esporte e promover saúde para os brasileiros.





A Olympikus seguiu firme no treinamento de seus vendedores durante o trimestre. Para isso, também adotou o formato de lives que foram assistidas por mais de 14 mil expectadores. As visualizações dos conteúdos no período somaram 30,4 mil e o número de novos inscritos no canal foi mais de 1.100 pessoas.

#### **Sobre APP Conecta:**

O App Olympikus Conecta, o aplicativo da marca que leva para o smartphone uma ferramenta prática para as lojas criarem posts em suas redes sociais, segue com seus números crescendo. Com ele, o usuário pode fazer posts com imagens profissionais e personalizar a foto com o logo da loja, além de permitir a inclusão de *hashtags* criadas pela Olympikus, aplicar *stickers* e incluir o parcelamento que sua loja oferece ao seu consumidor.

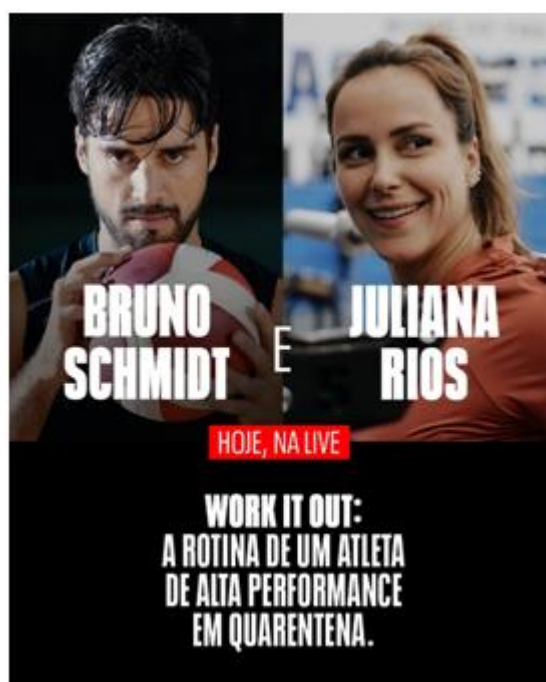
## **UNDER ARMOUR**

No segundo trimestre de 2020, a Under Armour – marca global, referência em inovação e criação de vestuário, calçados e acessórios voltados para o esporte – realizou importantes ativações no ambiente digital, em um esforço de se reinventar e aumentar a conexão e o engajamento com o consumidor mesmo diante da pandemia do novo coronavírus.

Após algumas iniciativas locais e globais de ajuda no combate ao vírus, como produção de máscaras e calçados de proteção e doações em dinheiro para comunidades importantes para a marca ao redor do mundo, focamos, aqui no Brasil, em entender, como marca de material esportivo e ligada à performance, que parcela da população conseguiríamos suportar nesse momento tão desafiador.

Para isso, a marca realizou um mapeamento para identificar, dentro do mercado de material esportivo, quais eram as comunidades mais impactadas. Com as academias e parques fechados e todos os estados brasileiros enfrentando recomendações de isolamento social, mais de 500 mil educadores físicos e *personal trainers* viram suas rendas extremamente impactadas. Pensando neles, a Under Armour lançou no início de maio o projeto **Movimento Pelo Esporte**. Realizado em parceria com o Core 360º, plataforma de treinamento e capacitação para profissionais de educação física e parceira oficial da marca há cinco anos, o

movimento visa conectar alunos e professores de todo o Brasil com o objetivo de reforçar a importância e o papel dos profissionais do esporte e alertar para os cuidados que todos devem ter em um momento de intensa procura por exercícios físicos dentro de casa. Por meio do site [www.movimentopeloporte.com.br](http://www.movimentopeloporte.com.br) os praticantes de esportes de todos os níveis podem encontrar professores e *personal trainers* de todo o Brasil e adquirir planos de treinos online de 15 ou 30 dias para se manterem ativos mesmo em quarentena. O movimento conta ainda com um pontapé inicial da marca, que dobra o valor investido e o período de atendimento dos planos adquiridos até atingir a marca de 10 mil treinos.



embaixadores da marca, como os campeões olímpicos Wallace Souza, Bruno Schmidt e Alison Mamute.

Além das lives, foi produzido um vídeo especial para divulgação do projeto, para incentivar que, cada vez mais, alunos e professores entrem para o Movimento e ajudem a manter o esporte em movimento também. Vídeo completo disponível aqui:

<https://www.youtube.com/watch?v=O3VaPb-c7o>

**MOVIMENTO PELO ESPORTE**  
by UNDER ARMOUR  
presented by CONEXÃO

**O MOVIMENTO**  
O Movimento pelo Esporte é um convite da Under Armour pra você manter sua rotina de treinos com qualidade dentro de casa e proporcionar a retomada de trabalho de milhares de profissionais do esporte. Junte-se a nós e vamos encarar mais este desafio juntos!

**COMO FUNCIONA**

- 01 Entre no site e encontre seu professor de confiança.
- 02 No perfil do profissional, você conhece os valores e compra um plano de 15 ou 30 dias.
- 03 O professor entra em contato com você e inicia o atendimento via app Core 360° Pro.
- 04 Para os 5 primeiros alunos de cada professor, a UA dobra o valor contratado.
- 05 Você treina o dobro do que pagou.

\*Até atingir a marca de 10 mil treinos vendidos (consulta regulamento)

**CONHEÇA OS PLANOS**

| PLANO PERFORMANCE 15                                       | PLANO PERFORMANCE 30                                       |
|------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|
| 1 AVALIAÇÃO ONLINE (VIA HANGOUT)                           | 2 AVALIAÇÕES ONLINE (VIA HANGOUT)                          |
| 2 AULAS ONLINE (VIA HANGOUT)                               | 4 AULAS ONLINE (VIA HANGOUT)                               |
| PLANILHA DE TREINO COM AULAS ENVIADAS PELO APP POR 15 DIAS | PLANILHA DE TREINO COM AULAS ENVIADAS PELO APP POR 30 DIAS |
| 10% DE DESCONTO EM PRODUTOS UA                             | 1 AULA PRESENCIAL (POSSÍVEL QUARENTENA)                    |
| <b>R\$ 75</b>                                              | 30% DE DESCONTOS EM PRODUTOS UA<br><b>R\$ 150</b>          |

saiba mais em [movimentopeloporte.com.br](http://movimentopeloporte.com.br)



Buscando cada vez mais estreitar o relacionamento com esses educadores físicos e *personal trainers*, grandes formadores de opinião no mercado esportivo, que trazem ainda mais credibilidade para a marca, Under Armour está investindo também em cursos de capacitação profissional. São encontros virtuais que ajudam essa classe de profissionais a se preparem para o desafiador momento que estamos e continuaremos vivendo nos próximos meses. Com especialistas multidisciplinares, o objetivo é trazer assuntos relevantes no dia a dia de suas áreas de atuação, como redes sociais, administração de finanças, empreendedorismo, entre outros temas relevantes para o desenvolvimento profissional e pessoal desses professores.

O trimestre também marcou o lançamento oficial de dois importantes produtos da marca para os consumidores focados em performance esportiva. Durante o mês de junho, foi colocado à venda o novo UA HOVR Sonic 3, terceira edição do já consagrado modelo de corrida focado em corredores que buscam um tênis mais respirável para suas corridas longas, contando com toda a tecnologia da plataforma premium de amortecimento HOVR.



Foi lançado, também, o novo UA Tribase Reign 2, calçado de *training* da marca, ideal para os consumidores que gostam de treinar pesado, em modalidades como o *cross training* – tão difundido em *boxes* e academias de todo o país.



#### AZALEIA E DIJEAN

Azaleia e Dijean seguiram com o foco no ambiente digital, com conteúdos produzidos para as redes sociais das marcas femininas, com o objetivo de valorizar a coleção de Preview Verão 20/21, lançada em março deste ano. As coleções reforçam o foco das marcas em promover conforto e bem-estar para suas consumidoras.





A coleção da Azaleia traz um portfólio que vai do intenso ao *fresh color*, com modelos inspirados em referências esportivas que dominam as ruas. As estampas artesanais também se fazem presentes e apresentam traços de customização, agregando valor e personalidade ao produto.

Em Dijean se destacam as cores vibrantes, leveza e modernidade. Modelos com palmilhas anatômicas coroam a coleção, garantindo toda comodidade e conforto.



No mês de maio, a Azaleia ainda promoveu uma live com o tema **“Moda e autoestima: a influência da moda ao longo da história e o comportamento de consumo em tempos de crise”** O objetivo da ação foi capacitar e envolver ainda mais os colaboradores dos nossos lojistas neste período de pandemia.

## BALANÇO PATRIMONIAL

| BALANÇO PATRIMONIAL (CONSOLIDADO)                  |                  |                  |                                                        |                  |                  |
|----------------------------------------------------|------------------|------------------|--------------------------------------------------------|------------------|------------------|
| R\$ milhares                                       |                  |                  |                                                        |                  |                  |
| ATIVO                                              | 30/06/2020       | 31/12/2019       | PASSIVO                                                | 30/06/2020       | 31/12/2019       |
| Caixa e equivalentes de caixa                      | 172.387          | 62.164           | Fornecedores                                           | 32.056           | 40.993           |
| Aplicações Financeiras                             | 150.000          | 0                | Financiamentos e empréstimos                           | 106.700          | 3.264            |
| Contas a receber de clientes                       | 276.927          | 448.377          | Impostos a recolher                                    | 3.120            | 8.402            |
| Estoques                                           | 288.310          | 241.238          | Programa de recuperação fiscal - REFIS                 | 128              | 128              |
| Impostos a recuperar                               | 19.306           | 14.723           | Salários e férias a pagar                              | 28.537           | 41.394           |
| Imposto de renda e contribuição social a recuperar | 4.664            | 4.580            | Provisões                                              | 20.473           | 18.326           |
| Valores a receber por alienação de operação        | 12.653           | 0                | Passivo de arrendamento                                | 10.395           | 7.798            |
| Despesas antecipadas                               | 9.890            | 13.631           | Comissões a pagar                                      | 7.657            | 13.536           |
| Outras contas a receber                            | 10.896           | 9.519            | Outras contas a pagar                                  | 22.424           | 15.356           |
| <b>ATIVO CIRCULANTE</b>                            | <b>945.033</b>   | <b>794.232</b>   | <b>PASSIVO CIRCULANTE</b>                              | <b>231.490</b>   | <b>149.197</b>   |
| Aplicações financeiras                             | 4.557            | 2.823            | Financiamentos e empréstimos                           | 171.754          | 39.789           |
| Impostos a recuperar                               | 7.234            | 7.744            | Mútuo com partes relacionadas                          | 17.276           | 16.930           |
| Impostos de renda e contribuição social diferidos  | 449              | 330              | Provisões                                              | 35.378           | 38.183           |
| Depósitos judiciais                                | 19.018           | 17.952           | Impostos diferidos sobre reavaliação do imobilizado    | 2.626            | 2.850            |
| Direito de uso                                     | 20.565           | 15.845           | Passivo de arrendamento                                | 11.515           | 8.047            |
| Valores a receber por alienação de operação        | 2.600            | 0                | Outras contas a pagar                                  | 303              | 469              |
| Outros contas a receber                            | 2.015            | 2.229            | Impostos a pagar                                       | 0                | 12.265           |
| Despesas antecipadas                               | 731              | 673              |                                                        |                  |                  |
| Bens destinados à venda                            | 194              | 194              |                                                        |                  |                  |
| <b>REALIZAVEL A LONGO PRAZO</b>                    | <b>57.363</b>    | <b>47.790</b>    | <b>PASSIVO NÃO CIRCULANTE</b>                          | <b>238.852</b>   | <b>118.533</b>   |
| Investimentos                                      | 59.673           | 62.046           |                                                        |                  |                  |
| Propriedade para investimento                      | 2.323            | 2.530            |                                                        |                  |                  |
| Imobilizado                                        | 221.559          | 235.120          |                                                        |                  |                  |
| Intangível                                         | 214.079          | 213.440          |                                                        |                  |                  |
|                                                    | <b>497.634</b>   | <b>513.136</b>   |                                                        |                  |                  |
| <b>ATIVO NÃO CIRCULANTE</b>                        | <b>554.997</b>   | <b>560.926</b>   | <b>PASSIVO</b>                                         | <b>470.342</b>   | <b>267.730</b>   |
|                                                    |                  |                  | Capital social                                         | 1.106.717        | 1.106.717        |
|                                                    |                  |                  | Reservas de reavaliação                                | 5.098            | 5.532            |
|                                                    |                  |                  | Reservas de capital                                    | 1.987            | 1.517            |
|                                                    |                  |                  | Ajustes de avaliação patrimonial                       | 24.415           | 16.281           |
|                                                    |                  |                  | Prejuízos acumulados                                   | -108.853         | -42.909          |
|                                                    |                  |                  | <b>Patrimônio líquido atribuível aos controladores</b> | <b>1.029.364</b> | <b>1.087.138</b> |
|                                                    |                  |                  | <b>Participações de não controladores</b>              | <b>324</b>       | <b>290</b>       |
|                                                    |                  |                  | <b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>                              | <b>1.029.688</b> | <b>1.087.428</b> |
| <b>TOTAL DO ATIVO</b>                              | <b>1.500.030</b> | <b>1.355.158</b> | <b>TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>           | <b>1.500.030</b> | <b>1.355.158</b> |

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras.

## DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS

| DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS (CONSOLIDADO)                                       | 2T20           | 2T19           | VAR (%)           | 6M20           | 6M19           | VAR (%)           |
|--------------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------|-------------------|----------------|----------------|-------------------|
| R\$ milhares                                                                   |                |                |                   |                |                |                   |
| <b>Receita líquida de vendas</b>                                               | <b>98.681</b>  | <b>326.978</b> | <b>-69,8%</b>     | <b>337.317</b> | <b>626.765</b> | <b>-46,2%</b>     |
| Custo das vendas                                                               | -72.280        | -215.740       | -66,5%            | -233.793       | -413.495       | -43,5%            |
| <b>Lucro bruto</b>                                                             | <b>26.401</b>  | <b>111.238</b> | <b>-76,3%</b>     | <b>103.524</b> | <b>213.270</b> | <b>-51,5%</b>     |
| <b>Margem Bruta</b>                                                            | <b>26,8%</b>   | <b>34,0%</b>   | <b>-7,2 p.p.</b>  | <b>30,7%</b>   | <b>34,0%</b>   | <b>-3,3 p.p.</b>  |
| Despesas com vendas                                                            | -35.142        | -54.007        | -34,9%            | -80.856        | -101.001       | -19,9%            |
| Despesas administrativas                                                       | -26.071        | -28.073        | -7,1%             | -50.766        | -52.922        | -4,1%             |
| Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas                              | -37.985        | 1.770          | -2246,0%          | -38.136        | 943            | -4144,1%          |
| Resultado da equivalência patrimonial                                          | -973           | 141            | -790,1%           | -2.373         | -1.055         | 124,9%            |
| <b>Resultado antes das despesas e receitas financeiras líquidas e tributos</b> | <b>-73.770</b> | <b>31.069</b>  | <b>-337,4%</b>    | <b>-68.607</b> | <b>59.235</b>  | <b>-215,8%</b>    |
| Receitas financeiras                                                           | 8.695          | 6.145          | 41,5%             | 23.351         | 11.667         | 100,1%            |
| Despesas financeiras                                                           | -10.279        | -6.941         | 48,1%             | -20.080        | -14.299        | 40,4%             |
| <b>Resultado financeiro líquido</b>                                            | <b>-1.584</b>  | <b>-796</b>    | <b>99,0%</b>      | <b>3.271</b>   | <b>-2.632</b>  | <b>-224,3%</b>    |
| <b>Resultado antes dos tributos sobre lucro</b>                                | <b>-75.354</b> | <b>30.273</b>  | <b>-348,9%</b>    | <b>-65.336</b> | <b>56.603</b>  | <b>-215,4%</b>    |
| Imposto de renda e contribuição social correntes e diferidos                   | 0              | -269           | -100,0%           | -1.104         | -416           | 165,4%            |
| <b>Resultado líquido do período</b>                                            | <b>-75.354</b> | <b>30.004</b>  | <b>-351,1%</b>    | <b>-66.440</b> | <b>56.187</b>  | <b>-218,2%</b>    |
| <b>Margem Líquida</b>                                                          | <b>-76,4%</b>  | <b>9,2%</b>    | <b>-85,6 p.p.</b> | <b>-19,7%</b>  | <b>9,0%</b>    | <b>-28,7 p.p.</b> |
| <b>Resultado atribuível aos:</b>                                               |                |                |                   |                |                |                   |
| Acionistas controladores                                                       | -75.307        | 29.998         |                   | -66.378        | 56.176         |                   |
| Acionistas não controladores                                                   | -47            | 6              |                   | -62            | 11             |                   |
| <b>Resultado do período</b>                                                    | <b>-75.354</b> | <b>30.004</b>  |                   | <b>-66.440</b> | <b>56.187</b>  |                   |
| <b>Resultado por ação</b>                                                      |                |                |                   |                |                |                   |
| Resultado por ação ordinária - básico                                          | -0,3063        | 0,1221         |                   | -0,2701        | 0,2286         |                   |
| Resultado por ação ordinária - diluído                                         | -0,3047        | 0,1214         |                   | -0,2686        | 0,2273         |                   |
| <b>Quantidade de ações ao final do exercício</b>                               |                |                |                   |                |                |                   |
| Quantidade de ação ordinária - básico                                          | 245.756.346    | 245.756.346    |                   | 245.756.346    | 245.756.346    |                   |
| Quantidade de ação ordinária - diluído                                         | 247.146.346    | 247.196.346    |                   | 247.146.346    | 247.196.346    |                   |

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras.

## DEMONSTRAÇÃO DE FLUXO DE CAIXA

| DEMONSTRAÇÃO DE FLUXO DE CAIXA (MÉTODO INDIRETO)                                          | 2T20            | 6M19            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-----------------|
| R\$ milhares                                                                              |                 |                 |
| <b>Fluxo de Caixa das Atividades Operacionais</b>                                         |                 |                 |
| <b>Lucro líquido do período</b>                                                           | <b>-66.440</b>  | <b>56.187</b>   |
| <b>Ajustes para:</b>                                                                      |                 |                 |
| Depreciação e amortização                                                                 | 40.680          | 38.391          |
| Variação na provisão para perdas por valor recuperável no estoque                         | 9.708           | -9.545          |
| Juros s/ arrendamentos provisionados                                                      | 2.370           | 0               |
| Valor líquido dos itens tangíveis e intangíveis baixados                                  | 1.753           | 4.281           |
| Rendimentos de aplicações financeiras                                                     | -40             | -41             |
| Variação na provisão para perdas com contingências                                        | 5.661           | 1.793           |
| Resultado da equivalência patrimonial                                                     | 2.373           | 1.055           |
| Transação com pagamento baseado em ações                                                  | 470             | 300             |
| Perda estimada com crédito de liquidação duvidosa                                         | 8.892           | 5.358           |
| Perda na venda de controlada                                                              | 2.356           | 0               |
| Encargos financeiros e variação cambial reconhecidos no resultado                         | 11.241          | 1.856           |
| Impostos diferidos                                                                        | -343            | -221            |
| Participação de minoritário                                                               | 62              | -11             |
| Provisão para redução ao valor recuperável                                                | 0               | 0               |
| <b>Lucro líquido do período ajustado</b>                                                  | <b>18.743</b>   | <b>99.403</b>   |
| <b>Variações nos ativos e passivos</b>                                                    |                 |                 |
| Aplicações financeiras                                                                    | -151.711        | -270            |
| Contas a receber de clientes                                                              | 164.459         | 50.223          |
| Estoques                                                                                  | -69.529         | -13.852         |
| Despesas pagas antecipadamente                                                            | 3.649           | -1.384          |
| Impostos a recuperar                                                                      | -9.081          | -282            |
| Outras contas a receber                                                                   | -1.637          | 3.248           |
| Depósitos judiciais                                                                       | -4.940          | 2.673           |
| Partes relacionadas                                                                       | 0               | 0               |
| Fornecedores                                                                              | -8.066          | 13.033          |
| Comissões a pagar                                                                         | -5.879          | -2.559          |
| Impostos a pagar                                                                          | 0               | 249             |
| Impostos e contribuições sociais                                                          | -3.413          | 2.784           |
| Salários e férias a pagar                                                                 | -11.554         | 14.042          |
| Outras contas a pagar                                                                     | 7.386           | -10.726         |
| Provisões                                                                                 | -2.411          | -5.680          |
|                                                                                           | <b>(92.727)</b> | <b>51.499</b>   |
| Juros pagos                                                                               | -2.614          | -1.343          |
| Impostos pagos sobre lucro                                                                | -1.104          | 0               |
|                                                                                           | <b>-3.718</b>   | <b>-1.343</b>   |
| <b>Fluxo de caixa líquido proveniente das (utilizado nas) Atividades Operacionais</b>     | <b>-77.702</b>  | <b>149.559</b>  |
| <b>Fluxo de Caixa das Atividades de Investimento</b>                                      |                 |                 |
| Aquisições de imobilizado                                                                 | -31.152         | -52.653         |
| Recurso proveniente de alienação de controlada, líquido do caixa no consolidado           | -4.122          | 0               |
| Recursos provenientes da alienação de imobilizado                                         | 387             | 248             |
| Aquisições de intangível                                                                  | -1.453          | -1.155          |
| Pagamento por aquisição de controlada                                                     | 0               | -61.627         |
| <b>Fluxo de Caixa utilizado nas Atividades de Investimento</b>                            | <b>-36.340</b>  | <b>-115.187</b> |
| <b>Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamento</b>                                     |                 |                 |
| Empréstimos tomados - Principal                                                           | 232.201         | 4.793           |
| Pagamento de empréstimos tomados - Principal                                              | -384            | -18.274         |
| Mútuos com partes relacionadas                                                            | 346             | 329             |
| Pagamento de passivos de arrendamentos financeiros                                        | -4.536          | -6.110          |
| Pagamento de empréstimos com partes relacionadas                                          | 0               | 0               |
| <b>Fluxo de caixa líquido proveniente das (utilizado) nas Atividades de Financiamento</b> | <b>227.627</b>  | <b>-19.262</b>  |
| <b>Aumento (redução) de Caixa e equivalentes de Caixa</b>                                 | <b>113.585</b>  | <b>15.110</b>   |
| <b>Caixa e equivalentes de caixa no início do período</b>                                 | <b>62.164</b>   | <b>68.626</b>   |
| Efeito da conversão das investidas no exterior                                            | -3.362          | 104             |
| <b>Caixa e equivalentes de caixa no final do período</b>                                  | <b>172.387</b>  | <b>83.840</b>   |
| <b>Aumento (redução) de Caixa e equivalentes de Caixa</b>                                 | <b>113.585</b>  | <b>15.110</b>   |

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras.

### **Auditores Independentes**

Em conformidade com a Instrução CVM nº 381/03, a Vulcabras Azaleia S.A. informa que, desde 01/01/2017, nomeou a “KPMG Auditores Independentes” para a auditoria das suas demonstrações financeiras individuais e consolidadas.

Para os serviços referentes à auditoria de 30 de junho de 2020 (2T20) foram desembolsados honorários de aproximadamente R\$ 91 mil.

### **Declaração da Diretoria**

De acordo com o artigo 25, parágrafo 1º, item 5 da Instrução CVM nº 480/09, o Conselho de Administração, em reunião realizada em 10/08/2020, declara que revisou, discutiu e concordou com as informações contábeis do 2º trimestre de 2020 da Vulcabras Azaleia S.A. e com o relatório de auditoria dos auditores independentes sobre as demonstrações financeiras individuais e consolidadas.



### Composição do Conselho de Administração

|                           |                                         |
|---------------------------|-----------------------------------------|
| Pedro Grendene Bartelle   | Presidente do Conselho de Administração |
| André de Camargo Bartelle | 1º Vice – Presidente                    |
| Pedro Bartelle            | 2º Vice – Presidente                    |
| Hector Nunez              | Conselheiro Independente                |
| Roberto Faldini           | Conselheiro Independente                |

### Composição da Diretoria

|                          |                                                                |
|--------------------------|----------------------------------------------------------------|
| Pedro Bartelle           | Diretor Presidente                                             |
| Rafael Carqueijo Gouveia | Diretor Superintendente                                        |
| Wagner Dantas da Silva   | Diretor Administrativo, Financeiro e Relações com Investidores |
| Flávio de Carvalho Bento | Diretor Industrial                                             |
| Evandro Saluar Kollet    | Diretor Corporativo de Desenvolvimento de Produto e Tecnologia |
| Márcio Kremer Callage    | Diretor de Marketing                                           |
| Rodrigo Miceli Piazer    | Diretor de Compras                                             |

### Composição do Conselho Fiscal

|                                |                               |
|--------------------------------|-------------------------------|
| Benedito Alfredo Baddini Blanc | Conselheiro                   |
| Célio de Melo Almada Neto      | Conselheiro                   |
| Marcello Joaquim Pacheco       | Presidente do Conselho Fiscal |