

Positivo Tecnologia registra lucro líquido de R\$ 4,4 milhões no 1T20

Curitiba, 08 de junho de 2020 – A Positivo Tecnologia S.A. (“Companhia”) (B3: POSI3) anuncia hoje seus resultados financeiros e operacionais referentes ao 1T20. As informações estão apresentadas em IFRS e em reais (R\$). As comparações, exceto onde indicado, são relativas aos resultados do 1T19.

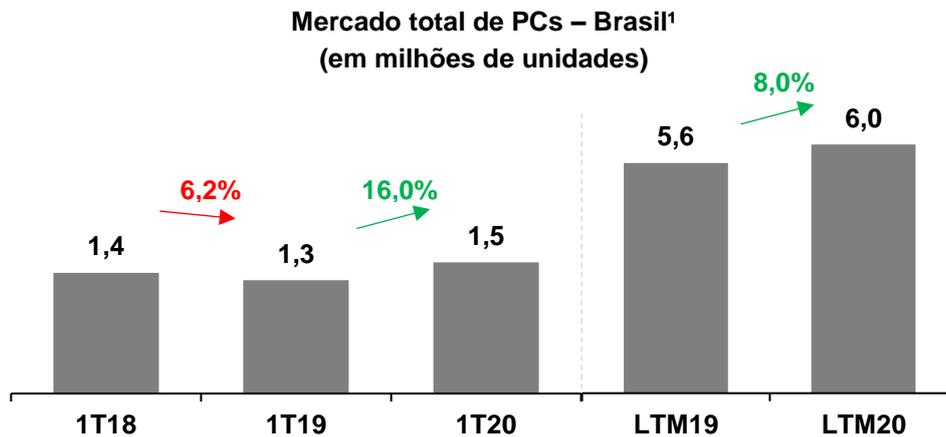
DESTAQUES DO 1T20

- **Receita líquida de R\$ 378,6 milhões no 1T20**, crescimento de 8,9% vs. 1T19
- **Core Business:** bom volume de vendas de PCs, com crescimento em todos os segmentos no 1T20:
 - ✓ **Varejo:** +14,0%
 - ✓ **Instituições Públicas:** +41,3%
 - ✓ **Corporativo:** +8,4%
- **Novo patamar para o mercado de PCs no Brasil:** covid-19 e movimentos de *home office* e *home schooling* geram aumento de demanda por dispositivos de informática e comunicação no Brasil, com crescimento dos canais de e-commerce
- **Servidores:** unidade de negócios registra faturamento de R\$ 34,7 milhões no 1T20 (+72,8% vs. 1T19)
- **Tecnologia Educacional:** unidade de negócios registra faturamento de R\$ 9,7 milhões (+58,2% vs. 1T19)
- **Redução de dívida líquida** para R\$184,5 milhões, acompanhado de múltiplo dívida líquida / EBITDA Ajustado de 1,6x (-0,4 p.p.)
- **Antecipação do lançamento de novos computadores da linha VAIO**, com as versões VAIO FE14 e VAIO FE15, modelos para trabalho, estudo e entretenimento que atendem às necessidades de atuação remota
- **Hi Technologies realiza nova rodada de investimentos**, e a Positivo acompanha com aporte por meio do Positivo Tecnologia Fundo de Investimento em Participações (FIP)
- **Follow on:** posição de caixa reforçada com captação de R\$ 354 milhões em operação primária

1) CONTEXTO ATUAL DO MERCADO E DA COMPANHIA

Mercado de computadores

O mercado brasileiro de PCs apresentou crescimento de 16,0% no 1T20 em relação ao mesmo período do ano anterior, e de 8,8% em relação ao 1T18. No acumulado anual, o crescimento apresentado foi de 8%.

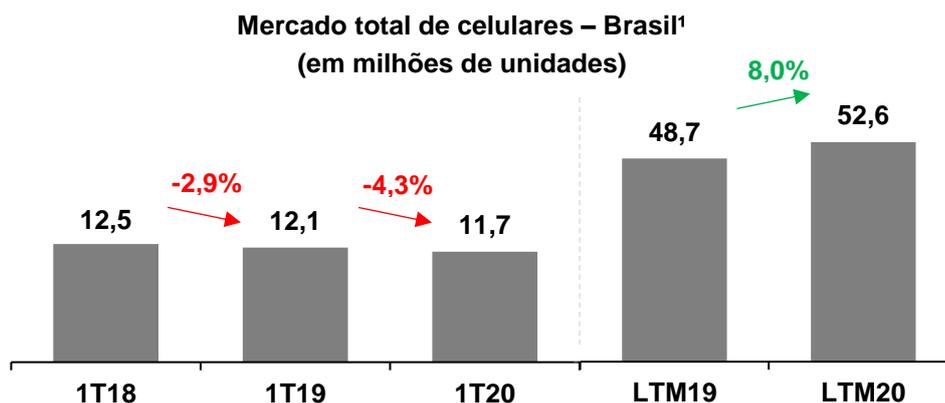


¹ Fonte: IDC

O desempenho do mercado no trimestre apresenta efeitos de recuperação da demanda, seguindo a trajetória de crescimento que era observada no período pré covid-19, principalmente até meados de fevereiro. Adicionalmente, durante março houve uma corrida na procura por PCs em função da preparação das empresas e famílias para o período de distanciamento social, com os movimentos de *home office* e *home schooling*. As vendas foram impulsionadas pelos canais de *e-commerce*, uma vez que o varejo tradicional teve impacto com fechamento de lojas no período. Adicionalmente, a base de comparação do 1T19 apresenta efeitos pontuais de uma redução de vendas à órgãos públicos, pois foi o período em que houve troca de equipes administrativas em função das eleições de 2018, contribuindo assim para a queda de demanda.

Mercado de telefones celulares

O mercado de celulares apresentou impactos de instabilidade, inclusive para as marcas líderes, com redução de 4,3% no 1T20 ao registrar 11,7 milhões de unidades, para o acumulado de doze meses o crescimento foi de 8,0%, com um volume total de 52,6 milhões de dispositivos vendidos. O comportamento das vendas de celulares no trimestre apresenta impactos de instabilidade do fluxo de suprimentos desde o início de fevereiro. O feriado chinês e o fechamento de fábricas durante o lockdown na Ásia, limitou a disponibilidade de oferta de praticamente todos os fabricantes, inclusive as marcas líderes de mercado.



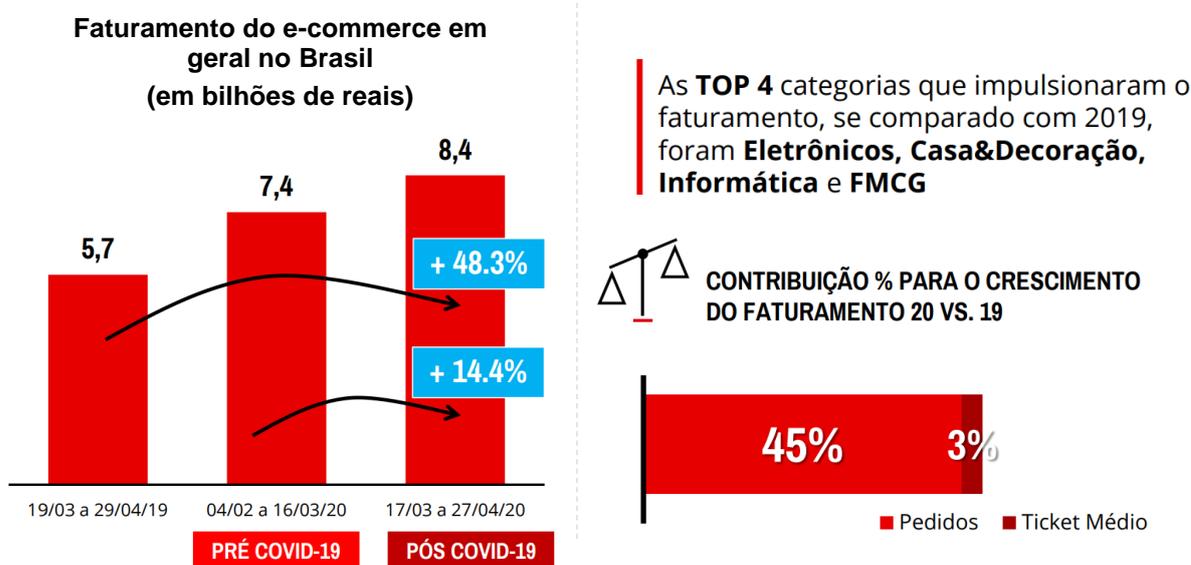
¹ Fonte: IDC

Positivo Tecnologia e o novo coronavírus: efeitos no mercado e as ações da Companhia

Mudança de hábitos de compra e aceleração de consumo pós COVID

As vendas online são o destaque do período pós-covid-19 para o mercado de consumo em geral no Brasil, entre a terceira semana de março e o fim de abril. O segmento apresentou aumento de 48,3% em relação ao mesmo período de 2019, e 14,4% de aumento em relação às vendas anteriores ao distanciamento social, segundo a Nielsen.

Entre as categorias com maior impacto no aumento do consumo por meio de plataformas digitais no Brasil está a dos equipamentos de comunicação. Com isso, a Positivo Tecnologia está estrategicamente posicionada com os produtos do core business e também das avenidas de crescimento, a exemplo da unidade de negócios Positivo Casa Inteligente.



Fonte: E-bit | Nielsen: Webshoppers Ed.41

O movimento de transformação do consumo para o canal digital está direcionando o ritmo das vendas no varejo brasileiro. Relatórios recentes de resultado das maiores redes do país indicam para aumentos superiores a 70% no volume de vendas online, com as transações por *e-commerce* tradicional, *marketplaces* e aplicativos chegando a representar mais de 50% das vendas totais do 1T20 vs. 40% no 1T19.

Destaca-se também a grande adesão por parte da população que gerava o maior volume de compras no varejo físico. São os grupos de pessoas acima de 50 anos, das classes C, D, E, que juntos representam cerca de 50% da população nacional.

As dinâmicas recentes do consumo online também indicaram para um maior volume de vendas de produtos com ticket médio menor. Isso demonstra um movimento de *downtrade*, em que o apelo dos produtos de menor preço final de venda tende a aumentar por atender ao novo patamar de emprego, renda média, acesso à crédito e confiança dos consumidores. A Positivo Tecnologia possui grande presença no segmento de computadores e smartphones de entrada no Brasil, registrando *Market share* de 74,7% em PCs e 21,3% em *smartphones* no 1T20, segundo a IDC.

Contudo, vale destacar que o cenário pós covid-19 permanece com nível de incertezas alto. As variáveis como cotação do dólar, volume de mercado, poder aquisitivo da sociedade e disponibilidade de matéria-prima, tornam imprevisíveis as estimativas de desenvolvimento futuro do mercado.

Preservação dos empregos, da saúde dos colaboradores e da população em geral

- Adesão à MP 936, celebrou em tempo recorde um acordo coletivo que prevê temporariamente suspensão de contrato de trabalho, ou redução proporcional de jornada e remuneração. Sem demissões, a iniciativa resultou em impactos minimizados na renda líquida dos colaboradores, em especial os de menor renda, e economia nas despesas com folha de pagamento por três meses.
- Suporte no cronograma de pagamentos a fornecedores de menor porte.
- Adoção de rigoroso protocolo covid free, com cerca de 90% dos colaboradores trabalhando remotamente, e reforço dos procedimentos de segurança para entrada e circulação nas unidades industriais e administrativas.
- Apoio na produção de 6,5 mil ventiladores pulmonares da fabricante Magnamed para entrega ao Ministério da Saúde. A Positivo Tecnologia é responsável por fornecer as placas eletrônicas de controle dos ventiladores. O projeto tem parceria com outras empresas como Suzano, Klabin, Flex, White Martins, Embraer, entre outros.



Foto: Divulgação FAPESP

Perspectivas – Principais Negócios

- Computadores no varejo: a Companhia segue atenta aos efeitos da crise decorrente do novo coronavírus na economia brasileira, sobretudo no que tange ao poder de compra dos consumidores, que é altamente relacionado às dinâmicas de emprego e renda. Os novos patamares de cotação do dólar devem gerar um aumento generalizado de preço dos dispositivos no mercado, o que favorece uma migração do consumo para dispositivos de configuração intermediária e básica, linhas de produto em que a Positivo detém expertise e forte participação no mercado. Ademais, os movimentos de renovação dos computadores das casas brasileiras devem definir um novo patamar de volume de PCs para o Brasil, considerando o ciclo de renovação das máquinas no futuro, o que pode gerar um aumento sustentável desse mercado a médio e longo prazos.

No segmento de varejo, volume e margens poderão apresentar impactos em função do reposicionamento de preços, que é necessário com a valorização do dólar.

- **Celulares:** a Companhia acredita que o mercado de celulares deve apresentar impactos reduzidos em relação à crise do novo coronavírus, por se tratar de um bem considerado essencial. Com o advento do distanciamento social, as ferramentas de comunicação permanecem com grande apelo em meio aos consumidores. O desenvolvimento de *apps* e conteúdo específicos para estas plataformas deve manter o mercado com níveis estáveis.

No curto prazo, as vendas de celulares devem continuar apresentando impactos gerados pelo fechamento de lojas físicas, uma vez que os celulares Positivo possuem como grande público as classes C e D, logo possuem menor participação nas vendas online.

Como a maior parte das vendas de celulares da Companhia é realizada no canal varejista, também estarão sujeitas à recomodação de preços e impactos pontuais nas margens.

- **Instituições públicas:** a Companhia acredita que o mercado de licitações apresentará efeitos de uma postergação dos cronogramas de entrega. Prossegue o bom volume de contratos em carteira para entrega futura, além de elevado percentual de vitórias nas concorrências que participa. Também há a priorização quanto à participação em editais com dotação orçamentária segura, que por consequência ficam menos expostos à deterioração econômica gerada pela crise, que deve acometer de forma mais severa os orçamentos de estados e municípios. Adicionalmente, a ausência de renovação tecnológica verificada em órgãos que não realizam compras de equipamentos de TI há vários anos torna este segmento uma prioridade em cenário de retomada pós-crise.
- **Corporativo:** a Companhia espera continuar com bons volumes de venda no canal corporativo. Aposta em um portfólio amplo e versátil para oferecer soluções que atendam às necessidades de diversificados perfis de empresas. Após a corrida para adaptação e ampliação dos parques de TI que suportam a prática de home office, a demanda dos clientes corporativos deve apresentar retomada gradual. As vendas futuras dependerão da recuperação econômica das empresas pós-pandemia. Adicionalmente, a Companhia antecipou o lançamento de notebooks VAIO das linhas FE14 e FE15, que possuem ótima aplicação profissional e encontraram boa aceitação do mercado corporativo.

Perspectivas – Avenidas de crescimento

- **Positivo As a Service:** a unidade de negócios de locação de dispositivos de tecnologia deve manter-se em trajetória de crescimento, apesar de estar altamente correlacionada à recuperação econômica dos segmentos em que os clientes corporativos atuam. As soluções para estrutura de TI que oferecem uma alternativa à *capex* devem continuar tendo bastante procura, principalmente em momento de orçamentos mais restritivos.
- **Servidores:** Os investimentos da Companhia neste mercado têm se provado bastante assertivos. A unidade de servidores segue apresentando crescimento de receita e espera a manutenção do bom desempenho em 2020. Movimentos como o distanciamento social e o home office contribuem para o aumento de tráfego de dados na rede, o que também requer ampliação das estruturas de TI que mantém estas informações disponíveis para consumo dos usuários. Vale destacar que grande parte dos contratos de venda de servidores é negociada em dólar, o que protege a margem das vendas.
- **IoT:** a linha de soluções da Positivo Casa Inteligente deve continuar se beneficiando do aumento de volume de vendas via e-commerce no Brasil, canal em que esses produtos possuem grande procura. Adicionalmente, dispositivos de internet das coisas devem ganhar espaço entre os consumidores brasileiros, que agora passam mais tempo dentro de suas casas.
- **Tecnologia Educacional:** o volume de negócios das soluções de Tecnologia Educacional deve manter-se em expansão. A Companhia intensificou a promoção dos softwares educacionais durante o distanciamento social em razão da pandemia, ao disponibilizar licenças para experiência das escolas e agregar ferramentas de suporte para o *homeschooling*.

No curto prazo, o volume de demanda do mercado educacional dependerá da situação econômica de estados e municípios, bem como de escolas privadas no cenário pós crise. No médio e longo prazos, a Companhia possui boas perspectivas em razão das experiências exitosas com *homeschooling* e ensino a distância.

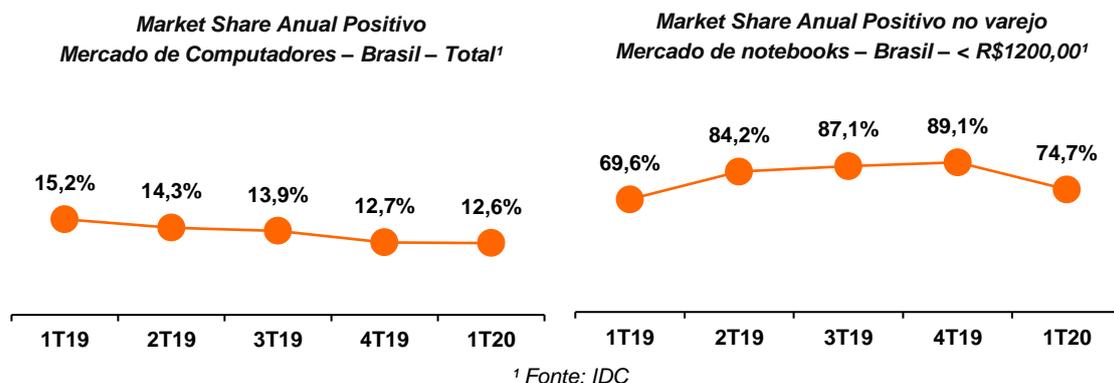
- **Investidas:** a Companhia prevê a realização de novos investimentos em empresas de base tecnológica, com a aplicação de parte das obrigações de investimento em P&D exigidas pela Lei de Informática, por meio do fundo de investimentos em participações constituído ao fim de 2018. Com as novas investidas a Companhia espera abrir novas frentes de diversificação e complementaridade de seus negócios.

Hi Technologies: a investida realizou nova rodada de captação em jan/20, a Positivo acompanhou realizando aporte por meio do FIP, e passou a deter uma participação agregada, entre investimento direto e indireto, de 28,1%. A Hi Technologies segue na vanguarda da telemedicina, e recentemente lançou o teste rápido para covid-19 com a tecnologia do HiLab, que está sendo comercializado diretamente para instituições públicas, mercado corporativo e em farmácias.

Desempenho da Companhia

Computadores

As vendas de PCs totalizaram 157,7 mil unidades no 1T20, aumento de 16,3% em relação ao mesmo período do ano anterior, resultando em market share de 12,6% no mercado total. O volume de vendas no período apresenta crescimento, porém com efeitos de uma postergação do cronograma de entregas para instituições públicas, além de impacto pontual no abastecimento às redes varejistas ao fim do trimestre. Cumpre destacar que a base comparativa do 1T19 apresentou volumes reduzidos em função do início de novos mandatos eleitos em 2018, bem como foi o primeiro período onde o mercado apresentou elevação abrupta de preços na ponta varejista, com o fim da Lei do Bem e o retorno de incidência das alíquotas de PIS/CÓFINS.

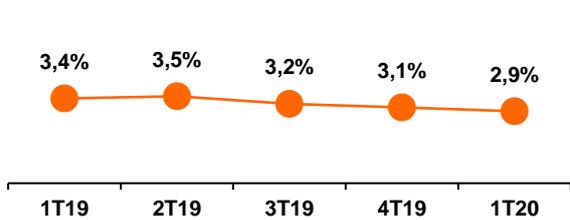


Celulares

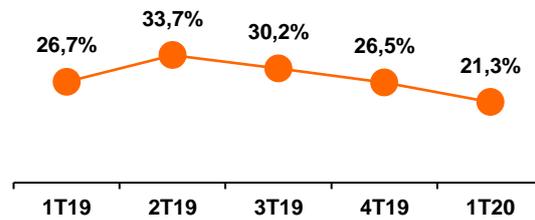
As vendas de telefones celulares da Companhia apresentaram volume de 323,1 mil unidades no 1T20, redução de 22,9% em relação ao 1T19. A redução está em linha com o comportamento do mercado para o período, em que houve menores vendas ao varejo, além de impactos no suprimento de dispositivos.

O *market share* anualizado da Positivo Tecnologia no mercado de celulares atingiu 2,9% no 1T20, redução de 0,5 p.p. em relação ao 1T19. Para os dispositivos de entrada, com preço de venda até R\$450,00, a participação registrou 21,3% (-5,4 p.p.)

Market Share Anual Positivo
Mercado de Celulares – Brasil – Total¹



Market Share Anual Positivo
Mercado de Celulares – Brasil – < R\$450,00¹

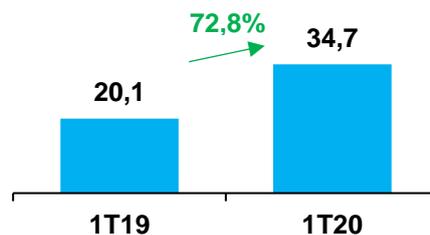


¹ Fonte: IDC

Servidores

As vendas de servidores totalizaram R\$ 34,7 milhões, um crescimento de 72,8% no 1T20. A Positivo Tecnologia adquiriu participação de 80% no capital da Accept no fim de 2018, em negociação estruturada na modalidade de *earn-out*, e após encerrar o primeiro ano de operação sob controle da Positivo Tecnologia, a geração de valor da unidade de negócios de servidores seguiu consistente com a expectativa da Companhia no 1T20, apresentando ganhos de escala com a sinergia da relação Positivo + Accept na otimização de custos com a integração da cadeia de suprimentos e a união das forças de venda da Accept com os canais de vendas da Positivo Tecnologia.

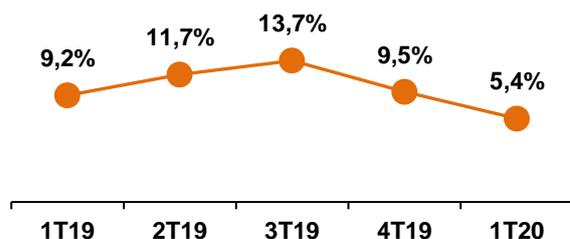
Faturamento Servidores
(R\$ milhões)



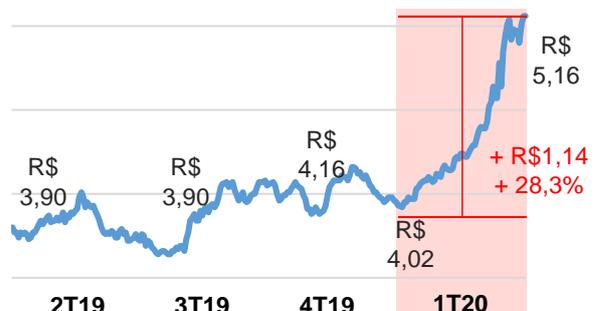
Rentabilidade

No 1T20, a margem das vendas atingiu 5,4% (-3,8 p.p. vs. 1T19). A redução é reflexo principalmente da variação do dólar no período, uma vez que o repasse nos preços ao varejo acontece de forma gradual, gerando impactos em margem quando a valorização ocorre de forma abrupta, mas com a normalização desse efeito em um ciclo curto.

Margem das vendas¹
(% da receita líquida)



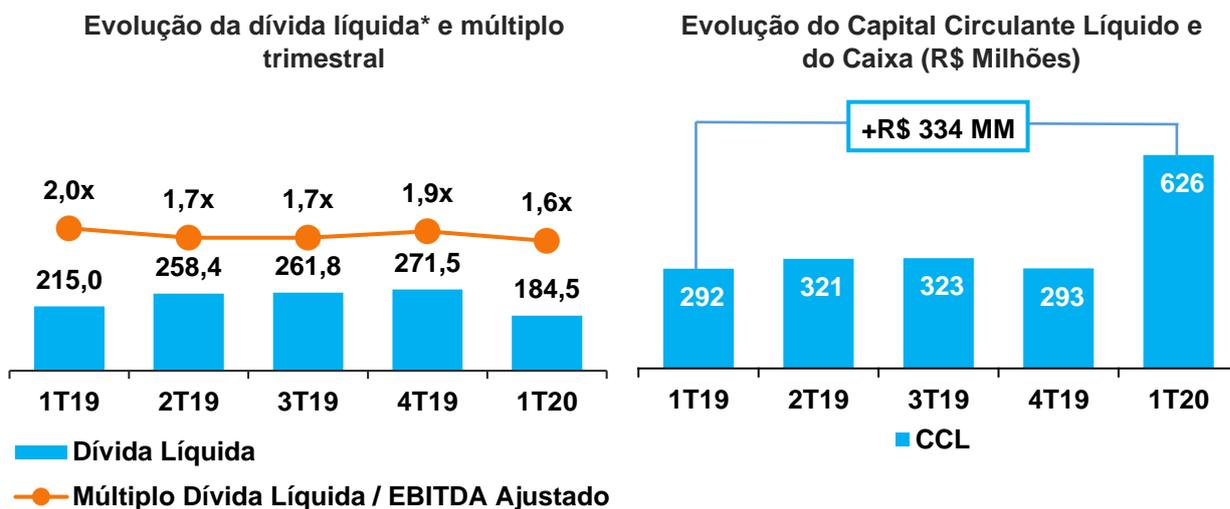
Dólar vs. Real – Evolução



¹ Calculada pela receita líquida deduzida do CPV ajustado pelo *hedge*, das despesas com vendas e depreciações

Endividamento

A Companhia encerrou o 1T20 com dívida líquida de R\$ 184,5 milhões. O múltiplo Dívida Líquida/EBITDA foi de 1,6x, e o Capital circulante Líquido registrou R\$ 626 milhões, a desalavancagem e o aumento da posição de liquidez são resultado da captação líquida de R\$ 335,8 milhões com operação de Follow On realizada em jan/20, e das postergações pontuais nos recebíveis, com as solicitações de readequação de fluxo de pagamentos realizados por parte dos clientes, principalmente no varejo.



*Em milhões de R\$, inclui saldo de instrumentos financeiros derivativos e recebíveis de cartão de crédito não descontados

2) DESTAQUES FINANCEIROS

| Demonstrações de Resultados (R\$ milhões) | 1T19 | 4T19 | 1T20 | Var% 1T20 x 1T19 | Var% 1T20 x 4T19 |
|---|-------------|-------------|--------------|------------------|------------------|
| Receita Líquida * | 347,8 | 556,2 | 378,6 | 8,9 | -31,9 |
| EBITDA | 17,9 | 44,7 | 0,0 | -99,9 | -100,0 |
| EBITDA Ajustado ** | 17,8 | 35,9 | (8,7) | -149,0 | -124,3 |
| Lucro (Prejuízo) | (4,6) | 5,3 | 4,4 | 195,1 | 17,5 |
| Margem EBITDA Ajustada | 5,0% | 6,5% | 0,0% | -5,0 p.p. | -6,5 p.p. |

| Múltiplo | 1T19 | 4T19 | 1T20 |
|--|-------------|-------------|-------------|
| Dívida Líquida - fim de período ¹ | 217,0 | 271,5 | 184,5 |
| EBITDA Ajustado - últimos 12 meses | 114,1 | 144,0 | 117,4 |
| Múltiplo Dívida Líquida / EBITDA Ajustado | 1,9x | 1,9x | 1,6x |

* Receita líquida reapresentada considerando efeitos das despesas de VPC e Rebate, que nos releases anteriores eram classificados na linha de despesas comerciais. Este ajuste aplica-se à todas as análises baseadas em receita líquida apresentadas neste documento, e tem seus detalhes abordados na nota explicativa n. 6 das Demonstrações Financeiras

** Ajustado pelo efeito caixa do *hedge* cambial dos insumos e pela adição de 50% do EBITDA da *joint-venture* IFSA. Mais detalhes na seção 4.4 – EBITDA

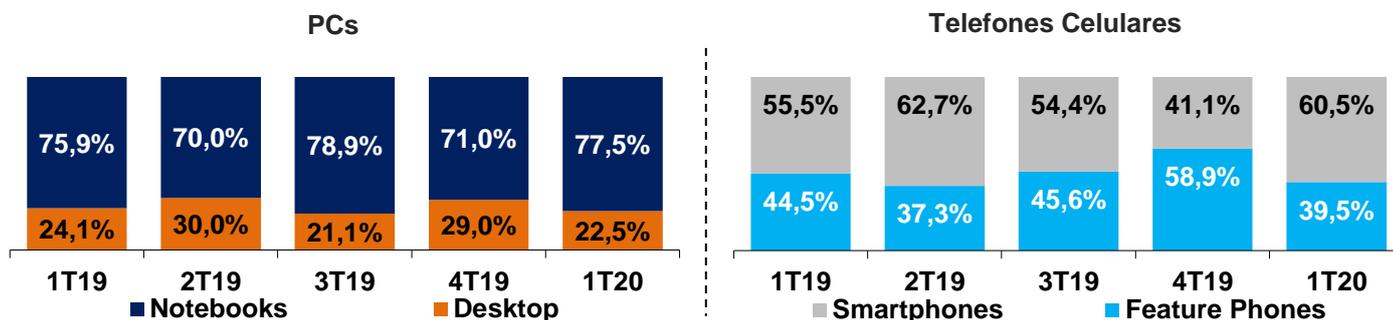
¹ Considera saldo de recebíveis de cartão de crédito não descontados

3) VOLUMES E RECEITAS

3.1) VOLUMES

| Volume de Vendas (em unidades) | 1T19 | | 4T19 | | 1T20 | | Var% | Var% |
|-----------------------------------|----------------|----------------|----------------|------|------|------|----------------|--------------|
| | 1T19 | 4T19 | 1T20 | 4T19 | 1T20 | 4T19 | 1T20 x 1T19 | 1T20 x 4T19 |
| PCs | 135.619 | 206.890 | 157.676 | | | | 16,3 | -23,8 |
| Desktops | 32.673 | 59.943 | 35.554 | | | | 8,8 | -40,7 |
| Notebooks | 102.946 | 146.947 | 122.122 | | | | 18,6 | -16,9 |
| PCs - por canal | 135.619 | 206.890 | 157.676 | | | | 16,3 | -23,8 |
| Varejo | 96.158 | 116.723 | 109.627 | | | | 14,0 | -6,1 |
| Instituições Públicas | 15.988 | 60.555 | 22.593 | | | | 41,3 | -62,7 |
| Corporativo | 23.473 | 29.612 | 25.456 | | | | 8,4 | -14,0 |
| Telefones Celulares | 419.267 | 374.270 | 323.104 | | | | -22,9 | -13,7 |
| Smartphones | 232.570 | 153.935 | 195.637 | | | | -15,9 | 27,1 |
| Feature Phones | 186.697 | 220.335 | 127.467 | | | | -31,7 | -42,1 |
| Tablets | 2.563 | 26.143 | 47.483 | | | | 1.752,6 | 81,6 |

Participação dos Dispositivos nas Vendas (unidades)



3.2) PREÇO MÉDIO

Apresentamos a seguir os fatores que influenciaram na variação de preço médio em reais dos produtos no 1T20 em relação ao 4T19:

Desktops: - 14,7%, maior participação de entregas em atendimento à editais de licitações públicas sem o conjunto Desktop + Monitor.

Notebooks: - 14,9%, maior participação de dispositivos de entrada no mix de notebooks vendidos, adicionalmente o período anterior compreende maior venda de notebooks com processadores Core® I, mais procurados em períodos de Black Friday e Cyber Monday

Telefones celulares: + 48,4%, em função da maior proporção de *smartphones* em relação a *feature phones*.

| Preço Médio Positivo ⁽¹⁾ | 1T19 | 4T19 | 1T20 | Var% 1T20 x 1T19 | Var% 1T20 x 4T19 |
|-------------------------------------|-------------|-------------|-------------|------------------|------------------|
| Dólar Médio do Período | 3,76 | 4,12 | 4,46 | 18,6% | 8,2% |
| Desktops | | | | | |
| Em R\$ | 2.752,0 | 3.177,5 | 2.711,9 | -1,5 | -14,7 |
| Em US\$ | 731,4 | 771,9 | 608,3 | -16,8 | -21,2 |
| Notebooks | | | | | |
| Em R\$ | 1.403,2 | 1.644,7 | 1.399,8 | -0,2 | -14,9 |
| Em US\$ | 373,0 | 399,5 | 314,0 | -15,8 | -21,4 |
| Telefones Celulares | | | | | |
| Em R\$ | 287,2 | 173,7 | 257,7 | -10,3 | 48,4 |
| Em US\$ | 76,3 | 42,2 | 57,8 | -24,2 | 37,0 |

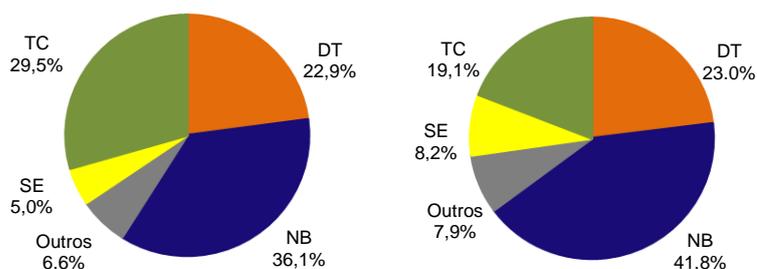
¹Considera apenas os produtos comercializados pela controladora, no mercado brasileiro.

3.3) RECEITA LÍQUIDA

| Receita Líquida (R\$ milhões) | 1T19 | 4T19 | 1T20 | Var% 1T20 x 1T19 | Var% 1T20 x 4T19 |
|-------------------------------|--------------|--------------|--------------|------------------|------------------|
| Receita Líquida Total | 347,6 | 556,2 | 378,6 | 8,9 | -31,9 |
| Dispositivos por tipo | | | | | |
| Dispositivos por tipo | 342,0 | 538,2 | 369,4 | 8,0 | -31,4 |
| Desktops | 78,3 | 163,4 | 85,1 | 8,7 | -47,9 |
| Notebooks | 123,4 | 188,7 | 154,5 | 25,1 | -18,1 |
| Telefones Celulares | 100,7 | 51,8 | 70,5 | -30,0 | 36,1 |
| Servidores | 17,2 | 95,4 | 30,2 | 75,9 | -68,4 |
| Outros | 22,4 | 38,9 | 29,2 | 30,1 | -25,1 |
| Dispositivos por canal | | | | | |
| Dispositivos por canal | 342,0 | 538,2 | 369,4 | 8,0 | -31,4 |
| Varejo | 205,1 | 175,1 | 166,9 | -18,6 | -4,7 |
| Instituições Públicas | 55,3 | 183,2 | 115,0 | 108,0 | -37,2 |
| Corporativo / Outros | 81,6 | 180,0 | 87,5 | 7,2 | -51,4 |
| Tecnologia Educacional | 5,6 | 18,0 | 9,1 | 63,4 | -49,2 |

Composição da Receita Líquida de Dispositivos

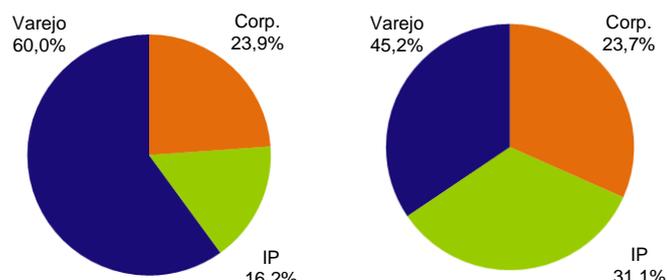
Produto



1T19

1T20

Canal



1T19

1T20

NB: Notebooks
DT: Desktops
TC: Telefones Celulares
SE: Servidores

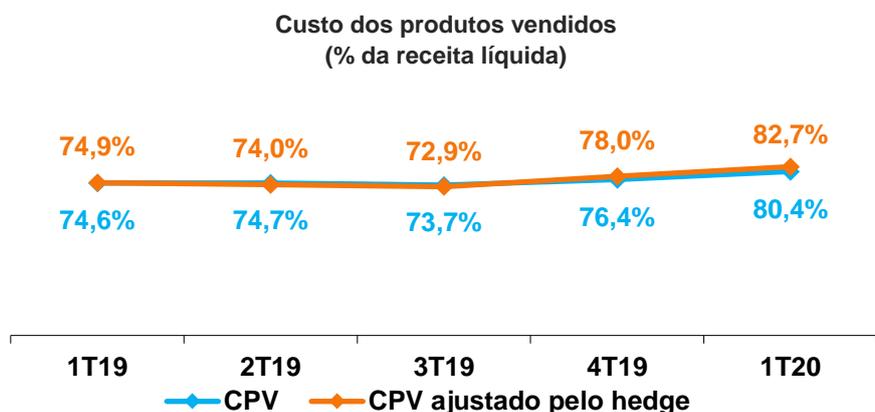
Corp.: Corporativo
IP.: Instituições Públicas

4) DESEMPENHO FINANCEIRO

4.1) CUSTO DOS PRODUTOS VENDIDOS (CPV) E LUCRO BRUTO

| Custo dos Produtos Vendidos (R\$ milhões) | 1T19 | 4T19 | 1T20 | Var% 1T20 x 1T19 | Var% 1T20 x 4T19 |
|---|----------------|----------------|----------------|------------------|------------------|
| Matéria Prima e Insumos | (245,8) | (405,7) | (285,8) | 16,3 | -29,5 |
| Depreciação e Amortização | (2,3) | (2,3) | (2,0) | -11,4 | -11,3 |
| Outros | (11,5) | (17,0) | (16,5) | 43,6 | -3,0 |
| Total | (259,5) | (424,9) | (304,3) | 17,3 | -28,4 |
| Conciliação CPV ajustado | | | | | |
| (+) Efeito caixa do <i>hedge</i> dos insumos* | (0,9) | (8,8) | (8,8) | 926,1 | -0,2 |
| Total ajustado | (260,4) | (433,8) | (313,1) | 20,3 | -27,8 |

* Representa os valores recebidos (ou pagos) pela Companhia em instrumentos de *hedge* cambial contratados para a cobertura dos insumos dolarizados. Tais valores são líquidos da variação cambial sobre as faturas em dólar.



No 1T20, o CPV ajustado pelo *hedge* representou 82,7% da receita líquida consolidada, aumento de 7,8 p.p. em relação ao 1T19.

Matéria-prima e Insumos

A conta de matéria-prima e insumos com ajuste do *hedge* correspondeu a 77,8% da receita líquida no 1T20, aumento de 6,9 p.p. em relação ao 1T19, motivado principalmente pela elevação abrupta do dólar entre os períodos, cujo repasse em preços no varejo ocorre de forma gradual, apresentando uma normalização a médio prazo à medida que ocorre a reacomodação dos preços.

A Companhia entende que a análise dessa conta com ajuste pelo resultado do *hedge* e da variação cambial é a forma mais adequada para compreender a dinâmica das margens. A precificação é estabelecida considerando as posições de *hedge* contratadas, que são exigidas por política interna.

Outros custos

Os outros custos totalizaram 4,9% da receita líquida do 1T20, aumento de 0,9 p.p. ante o 1T19. A variação é decorrente entre outros da adição dos custos com mão de obra no período, em função do início da operação da fábrica de Ilhéus, onde a fase inicial do processo produtivo está em uma rampa de produtividade.

Lucro bruto

A Companhia registrou lucro bruto de R\$ 74,3 milhões no 1T20, acompanhado de margem bruta de 19,6% (- 5,7 p.p.).

Com o ajuste pelo resultado do *hedge* e da variação cambial, a margem bruta registrou 17,3% no 1T20 (- 7,8 p.p.).

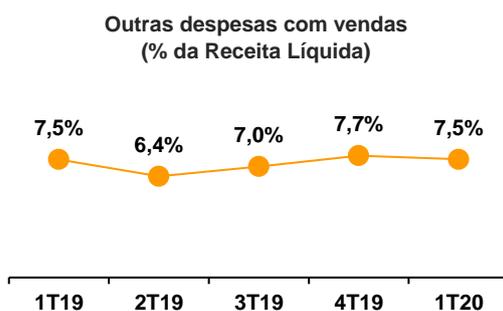
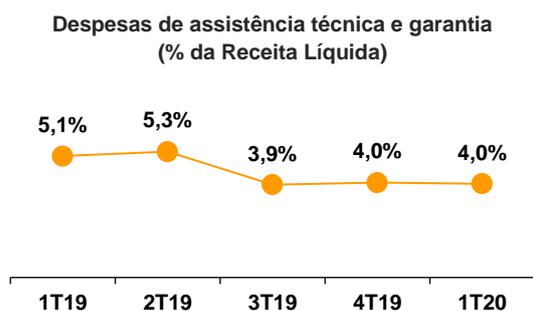
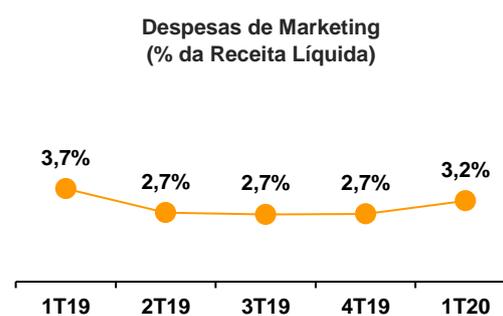
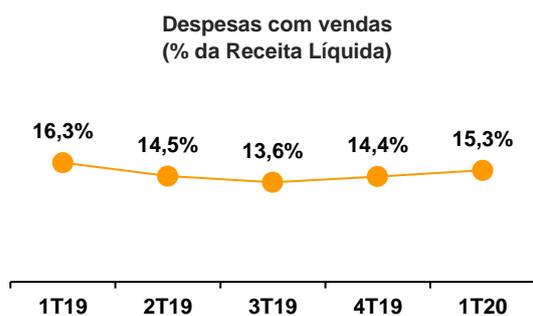
4.2) DESPESAS OPERACIONAIS

| Despesas Operacionais (R\$ milhões) | 1T19 | 4T19 | 1T20 | Var% 1T20 x 1T19 | Var% 1T20 x 4T19 |
|-------------------------------------|---------------|----------------|---------------|------------------|------------------|
| Despesas com Vendas | (56,6) | (80,0) | (57,7) | 2,1 | -27,8 |
| Despesas Gerais e Administrativas | (23,5) | (29,6) | (27,8) | 18,1 | -6,2 |
| Resultado Financeiro | (11,5) | (24,8) | 19,9 | -273,7 | -180,2 |
| Outras Receitas (Despesas) | 0,2 | 7,7 | 0,0 | -84,9 | -99,5 |
| Total | (91,3) | (126,8) | (65,6) | -28,2 | -48,3 |

Despesas com vendas

| Despesas com Vendas (R\$ milhões) | 1T19 | 4T19 | 1T20 | Var% 1T20 x 1T19 | Var% 1T20 x 4T19 |
|-----------------------------------|---------------|---------------|---------------|------------------|------------------|
| Marketing | (12,9) | (15,1) | (12,2) | -5,2 | -19,3 |
| Assistência Técnica e Garantia | (17,8) | (22,2) | (15,0) | -15,8 | -32,5 |
| Depreciação e Amortização | (0,3) | (5,3) | (2,3) | 689,9 | -56,7 |
| Outros | (25,7) | (37,5) | (28,3) | 10,2 | -24,5 |
| Total | (56,6) | (80,0) | (57,7) | 2,0 | -27,8 |
| % da Receita Líquida | 16,3 | 14,4 | 15,3 | -1,0 p.p. | +0,9 p.p. |

* Para fins comparativos, a rubrica das despesas de Marketing foi rerepresentada, desconsiderando efeitos das despesas de VPC e Rebate, que passaram a ser consideradas nas contas redutoras da receita bruta.



Marketing

As despesas com Marketing totalizaram R\$ 12,2 milhões no 1T20 e representaram 3,2% da receita líquida, redução de 0,5 p.p. em relação ao 1T19. Essa redução é decorrente de uma menor proporção de vendas ao varejo no 1T20, em relação ao mesmo período do ano anterior, sendo que este segmento gera proporcionalmente maiores despesas de marketing.

A Positivo Tecnologia recentemente lançou ao mercado sua nova linha de PCs VAIO, com fortes campanhas de marketing, para posicionar os produtos de forma estratégica na faixa de preços de computadores de configurações intermediária e avançada.



Assistência técnica e garantia

As despesas com assistência técnica e garantia totalizaram R\$ 15,0 milhões no 1T20, e representaram 4,0% da receita líquida, redução de 1,1 p.p. em relação ao 1T19, a variação é decorrente de uma redução do prazo médio de garantia contratual das vendas aos mercados corporativo e licitações públicas no período.

Despesas gerais e administrativas

No 1T20 as despesas gerais e administrativas totalizaram R\$ 27,8 milhões, aumento de 18,5% em relação ao 1T19. Ao excluir despesas com depreciação e amortização, gastos obrigatórios com Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) e itens extraordinários, as despesas gerais e administrativas totalizaram R\$ 12,4 milhões no período, aumento de 20,4%.

| Gerais e Administrativas (R\$ milhões) | 1T19 | 4T19 | 1T20 | Var% 1T20 x 1T19 | Var% 1T20 x 4T19 |
|---|---------------|---------------|---------------|-----------------------------------|-----------------------------------|
| Pessoal e Remuneração dos Administradores | (9,4) | (12,4) | (11,0) | 17,1 | -11,3 |
| Outros | (0,9) | (1,9) | (1,4) | 55,6 | -28,0 |
| Subtotal - pré itens extraordinários, P&D, depreciação e amortização | (10,3) | (14,3) | (12,4) | 20,4 | -13,5 |
| (+) Depreciação e amortização | (6,2) | (7,8) | (7,5) | 21,3 | -3,8 |
| (+) Pesquisa e Desenvolvimento - P&D | (6,8) | (7,9) | (7,3) | 7,4 | -7,1 |
| (+) Itens extraordinários | (0,3) | (2,5) | (0,6) | 100,0 | -76,0 |
| Total Geral | (23,5) | (32,5) | (27,8) | 18,5 | -14,4 |

Em percentual da receita líquida consolidada, as despesas gerais e administrativas corresponderam a 7,5% no 1T20 (+0,7 p.p.), a variação deve-se principalmente à uma menor diluição dos custos fixos no período, com a redução das vendas ao varejo tradicional em março em função do distanciamento social.

Resultado financeiro

O resultado financeiro do 1T20 ficou Positivo em R\$ 19,9 milhões, 273,7% melhor em relação ao 1T19, uma combinação de fortes ganhos na marcação a mercado dos instrumentos derivativos com a alta do dólar, redução de despesa financeira acompanhando a queda da taxa básica de juros e maior receita financeira com carregamento de caixa elevado em fevereiro e março.

| Resultado Financeiro (R\$ milhões) | 1T19 | 4T19 | 1T20 | Var% 1T20 x 1T19 | Var% 1T20 x 4T19 |
|---|---------------|---------------|---------------|-----------------------------------|-----------------------------------|
| Efeito caixa do hedge dos insumos | (0,9) | (8,8) | (8,8) | 926,5 | -0,1 |
| Marcação a mercado e outros itens não caixa | 8,5 | 2,3 | 43,4 | 409,1 | 1.820,1 |
| Subtotal - Variação Cambial (a) | 7,7 | (6,6) | 34,6 | 351,0 | -624,8 |
| Arrendamento Mercantil (b) | - | (1,1) | (1,1) | - | - |
| Receitas Financeiras | 7,8 | 8,2 | 11,3 | 45,4 | 37,7 |
| Despesas Financeiras | (26,9) | (25,4) | (24,9) | -7,6 | -2,0 |
| Subtotal - Custo da Dívida e outros (c) | (19,1) | (17,2) | (13,6) | -29,2 | -21,1 |
| Total Geral (a + b + c) | (11,5) | (24,8) | 19,9 | 273,7 | -180,3 |

4.3) LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO

Foi apurado lucro líquido de R\$ 4,4 milhões no 1T20, resultado 195,1% superior ao 1T19, quando foi apurado prejuízo de R\$ 4,9 milhões.

4.4) EBITDA

No 1T20, o EBITDA Ajustado ficou negativo em R\$ 8,1 milhões, majoritariamente em função dos impactos em margem no período, conforme abordado em itens acima.

| EBITDA (R\$ milhões) | 1T19 | 4T19 | 1T20 | Var% 1T20 x 1T19 | Var% 1T20 x 4T19 |
|--|-------------|-------------|--------------|---------------------|---------------------|
| Lucro (Prejuízo) Líquido | (4,6) | 5,3 | 4,4 | 195,8 | -17,2 |
| Depreciação e Amortização | (9,6) | (15,3) | (11,9) | 23,5 | -22,4 |
| Resultado Financeiro | (11,5) | (24,8) | 19,9 | 273,8 | -180,3 |
| Equivalência Patrimonial | (1,4) | 3,3 | (1,7) | 22,0 | -150,8 |
| IR e Contribuição Social | 0,0 | (2,5) | (2,6) | N/A | 4,7 |
| EBITDA | 17,9 | 44,7 | 0,6 | -96,5 | -98,6 |
| Conciliação de EBITDA Ajustado: | | | | | |
| EBITDA | 17,9 | 44,7 | 0,6 | -96,5 | -98,6 |
| (1) Efeito caixa do <i>hedge</i> dos insumos | (0,9) | (8,8) | (8,8) | 939,4 | -0,2 |
| (2) EBITDA Joint Ventures (50%) | 0,7 | 0,1 | 0,1 | -86,7 | 0,0 |
| EBITDA Ajustado | 17,9 | 35,9 | (8,1) | -145,3 | -122,6 |
| Margem EBITDA Ajustada (%) | 5,2 | 6,5 | 0,0 | -5,2 p.p. | -6,5 p.p. |
| Múltiplo | | | | | |
| Dívida Líquida - fim de período ¹ | 215,0 | 271,5 | 184,5 | | |
| EBITDA Ajustado - últimos 12 meses | 108,8 | 144,0 | 117,4 | | |
| Múltiplo Dívida Líquida / EBITDA Ajustado | 2,0x | 1,9x | 1,6x | | |

¹ Considera saldo de recebíveis de cartão de crédito não descontados

Apresentamos a seguir a descrição dos itens que compõem o EBITDA Ajustado:

- 1) Efeito caixa do *hedge* dos insumos: representa os valores recebidos (ou pagos) pela Companhia em instrumentos de *hedge* cambial contratados para a cobertura dos insumos dolarizados. Tais valores são líquidos da variação cambial sobre as faturas em dólar. Por serem integralmente ligados aos insumos, a Companhia entende que seu resultado é operacional.
- 2) EBITDA *Joint Venture* Positivo BGH: refere-se à metade do EBITDA apurado pelas operações em *joint venture* da Positivo BGH na Argentina, Ruanda e Quênia, cuja participação da Companhia nessas sociedades é de 50%. Divulgamos esse ajuste desde o 1T13, devido à introdução de uma regulamentação contábil que passou a tratar *joint ventures* pelo método de equivalência patrimonial, que é excluído do cômputo do EBITDA tradicional.

5) CAPITAL DE GIRO

O capital de giro financeiro, composto pelos estoques, adiantamentos, contas a receber e fornecedores, totalizou R\$ 616,7 milhões no 1T20. A elevação do capital de giro é decorrente principalmente das postergações de pagamento por parte de grandes clientes, que promoveram uma readequação de fluxo dos pagamentos com normalização em até 90 dias, além de aumento na rubrica de fornecedores em razão da readequação de fluxos com os principais parceiros da cadeia de suprimentos.

| Capital de Giro COM Materiais em Trânsito (R\$ Milhões – final do período) | 1T19 | 2T19 | 3T19 | 4T19 | 1T20 | Média |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|------------|
| Contas a Receber | 169,9 | 228,9 | 235,2 | 258,7 | 415,4 | 262 |
| Estoques + Adiantamentos | 608,3 | 575,3 | 625,4 | 555,0 | 634,7 | 600 |
| Fornecedores | (374,1) | (353,0) | (400,9) | (384,0) | (433,4) | (389) |
| Capital de Giro | 404,1 | 451,2 | 459,7 | 429,7 | 616,7 | 472 |

| Capital de Giro SEM Materiais em Trânsito (em dias – final do período) | 1T19 | 2T19 | 3T19 | 4T19 | 1T20 | Média |
|---|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|-----------|
| Contas a Receber ⁽¹⁾ | 44 | 41 | 46 | 42 | 77 | 50 |
| Estoques + Adiantamentos ⁽²⁾ | 128 | 115 | 121 | 104 | 154 | 125 |
| Fornecedores ⁽²⁾ | (81) | (76) | (78) | (76) | (105) | (83) |
| Ciclo de Conversão de Caixa | 91 | 81 | 89 | 70 | 126 | 91 |

(1) Em dias da receita líquida

(2) Em dias do CP

6) FLUXO DE CAIXA E DÍVIDA LÍQUIDA

No 1T20 a dívida líquida apresentou redução de R\$ 87 milhões, resultado do aumento de capital de giro abordado no item 5, compensado pela captação de R\$ 335,8 milhões correspondente ao valor líquido do aumento de capital social promovido com a operação de *Follow On* realizada em jan/20.

| Fluxo de Caixa Sintético (R\$ milhões) | 1T19 | 4T19 | 1T20 |
|---|---------------|--------------|--------------|
| Lucro (Prejuízo) Líquido do Período | (4,6) | 5,3 | 4,4 |
| (+) Depreciação e amortização | 9,7 | 15,4 | 11,9 |
| (+) Equivalência Patrimonial | 1,4 | (3,3) | 1,7 |
| Geração de Caixa Interna | 6,4 | 17,4 | 18,0 |
| (+) Capital giro operacional | (14,3) | (22,7) | (229,3) |
| (+) Outros ativos e passivos | (55,0) | 13,4 | 315,4 |
| Geração de Caixa Operacional | (62,9) | 8,1 | 104,1 |
| (+) Investimentos | (8,2) | (17,8) | (17,1) |
| (+) Dividendos | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| (+) Ações de tesouraria | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Aumento (Redução) do Caixa | (71,1) | (9,7) | 87,0 |
| Dívida (Caixa) Líquida no Início do Período | 207,5 | 261,8 | 271,5 |
| Dívida (Caixa) Líquida no Final do Período | 265,8 | 271,5 | 184,5 |

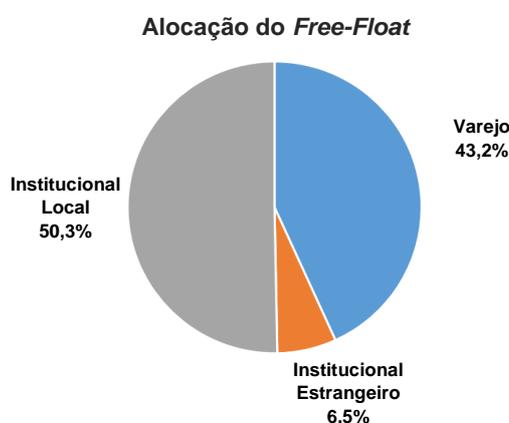
7) MERCADO DE CAPITAIS

Performance das Ações

As ações da Positivo Tecnologia encerraram o 1T20 cotadas a R\$ 3,46, indicando um valor de mercado de R\$ 490,6 milhões (+ 146,3% vs. 1T19).

Alocação das ações em circulação

Em 31 de março de 2020, a Companhia contava com 32,6 mil pessoas físicas em sua base acionária, detentoras de 43,2% das ações em circulação. Os investidores institucionais detinham 56,8% do *free-float*, conforme apresentado a seguir:



Contato RI

Paulo Junqueira

Diretor Vice-Presidente Financeiro e de RI

Thomas Demaret Black

Coordenador Financeiro e de RI

Email: ri@positivo.com.br

Tel: (+55 41) 3239-7887

Website de RI:

www.positivotecnologia.com.br/ri

Webconferência 1T20

Terça-feira, 09 de junho de 2020

> Português

10h30 (horário de Brasília)

08h30 (horário NY)

> Inglês

11h30 (horário de Brasília)

09h30 (horário NY)

Link para conexão:

<https://webcastlite.mziq.com/cover.html?webcastId=a0f9c3d1-4627-4c2c-87ce-d208147c1ca2>

Criada em 1989, a Positivo Tecnologia (B3: POSI3) tem presença nacional e internacional, ao oferecer as mais avançadas soluções de tecnologia, da fabricação de computadores ao desenvolvimento de ferramentas educacionais. A Companhia atua com dois segmentos de negócios: Hardware e Tecnologia Educacional. No portfólio do segmento de Hardware, a empresa oferece uma linha completa de computadores (desktops e notebooks), tablets e telefones celulares. A empresa possui ou representa as seguintes marcas de produtos no Brasil: Positivo, Vaio, Anker, Quantum, 2 A.M., Positivo Casa Inteligente e Accept. Além de unidades fabris em Curitiba e Manaus, está também em Buenos Aires, Santiago, Nairobi (Quênia), Kigali (Ruanda), Taipei (Taiwan) e Shenzhen (China). Para dar suporte clientes, possui a Central de Relacionamento Positivo (CRP), além de uma rede de assistências técnicas que cobre todo o território nacional. No segmento de Tecnologia Educacional, a Positivo Tecnologia é reconhecida pelo pioneirismo no desenvolvimento e pela qualidade das soluções tecnológicas em seus três segmentos de atuação: ensino particular, ensino público e varejo. As soluções educacionais da Positivo Tecnologia estão presentes em mais de 14 mil escolas e são exportadas para mais de 40 países. Para informações adicionais sobre a Positivo Tecnologia, acesso www.positivotecnologia.com.br/ri

Algumas das afirmações aqui contidas se baseiam nas hipóteses e perspectivas atuais da administração da Companhia que poderiam ocasionar variações materiais entre os resultados, performance e eventos futuros. Os resultados reais, desempenho e eventos podem diferir significativamente daqueles expressos ou implicados por essas afirmações, como um resultado de diversos fatores, tais como condições gerais e econômicas no Brasil e outros países; níveis de taxa de juros e de câmbio, mudanças em leis e regulamentos e fatores competitivos gerais (em bases global, regional ou nacional).