

Mercado de Notebooks cresce no 2T20 impulsionado por Home Office e Homeschooling

Mesmo com as lojas físicas fechadas, o mercado on-line surpreende; observa-se tendência de que o consumo passe de um PC por residência para um PC por pessoa.

Curitiba, 13 de agosto de 2020 – A Positivo Tecnologia S.A. (“Companhia”) (B3: POSI3) anuncia hoje seus resultados financeiros e operacionais referentes ao 2T20. As informações estão apresentadas em IFRS e em reais (R\$). As comparações, exceto onde indicado, são relativas aos resultados do 2T19.

DESTAQUES DO 2T20

- **Mercado doméstico se recupera e acelera demanda por PCs, com Home Office e Homeschooling:** a nova necessidade das famílias aumentou o número de PCs por residência, com tendência de migrar de 1 PC por família para um por pessoa
- **Forte volatilidade cambial afeta parte da lucratividade,** apesar disso, houve redução de **R\$ 107,7 milhões** na dívida líquida da Companhia, atingindo-se R\$ 150,7 milhões no 2T20
- **Desempenho de Junho foi melhor do que o de Maio, que foi superior ao de Abril:** mercado apresentou forte recuperação com reabertura de lojas e retorno de atividades de vários setores da economia, paralelamente ao crescimento do mercado doméstico
- **Urnas Eletrônicas:** Positivo venceu a licitação do TSE e fornecerá urnas eletrônicas para as eleições de 2022
- **Receita líquida R\$ 440,5 milhões no 2T20 (-20%) e R\$ 819,1 milhões no 1S20 (-8,8%)**
- **Resultado líquido R\$ -8,6 milhões no 2T20 (-177,7%) e R\$ -4,2 milhões no 1S20 (-165,3%),** perdas refletem em parte uma estratégia inicial de preservação e reforço de caixa, em detrimento de crescimento, dadas as incertezas de mercado
- **Core Business:** aceleração de vendas de PCs no varejo em maio e junho, demais canais apresentam ritmo de recuperação mais lento. Volumes no 2T20:

Varejo: +2,7% | Instituições Públicas: -42,1% | Corporativo: -31,6%
- **Hi Technologies** cresce significativamente com o desenvolvimento e venda de testes rápidos para COVID-19, registrando receita de R\$ 55 milhões no 2T20
- **Servidores:** unidade de negócios cresce 28,3% no 2T20, registrando receita líquida de R\$ 38,9 milhões
- **Positivo Casa Inteligente** figura entre os itens mais vendidos da categoria no e-commerce brasileiro no 2T20, registrando faturamento de R\$ 4,6 milhões

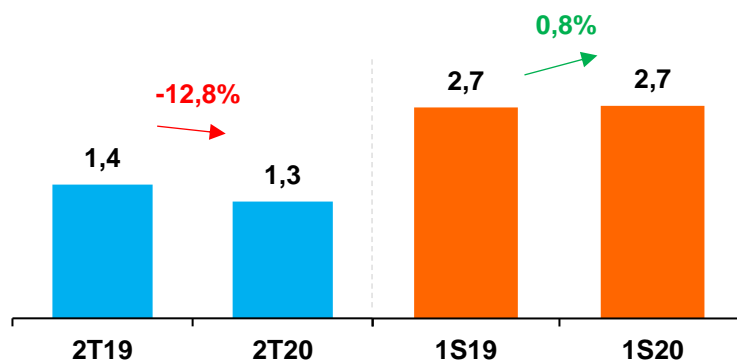
1) CONTEXTO ATUAL DO MERCADO E DA COMPANHIA

Mercado de computadores

O mercado total de PCs no Brasil, apresentou redução de 12,8% no 2T20 em relação ao mesmo período do ano anterior, principalmente em função de menores vendas nos canais corporativo e instituições públicas, que sofreram mais com a crise e apresentam um ritmo de recuperação mais lento após o pico negativo de abril.

No acumulado semestral, houve crescimento de 0,8%. Cumpre destacar que a base comparativa do 2T19 apresenta efeitos pontuais de uma elevação de vendas à órgãos públicos, pois foi o período subsequente à troca de equipes administrativas em função das eleições de 2018, contribuindo assim para a concentração de demanda não realizada no 1T19.

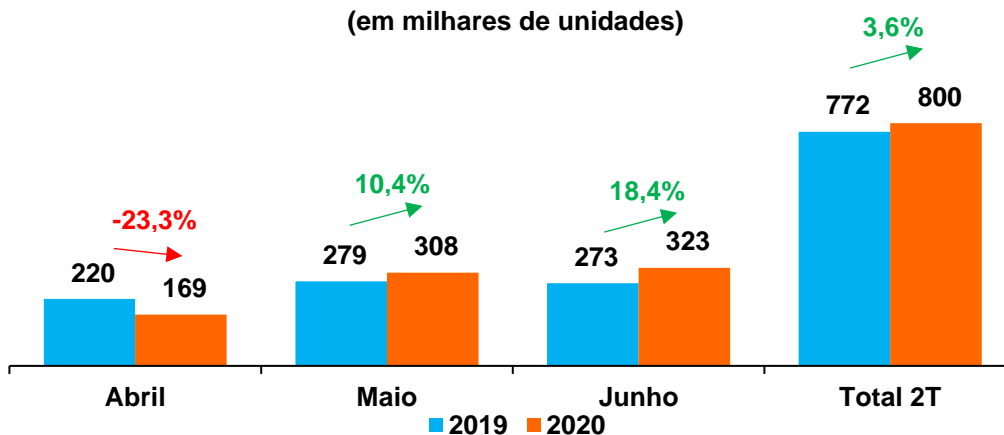
Mercado total de PCs – Brasil¹
(em milhões de unidades)



¹ Fonte: IDC

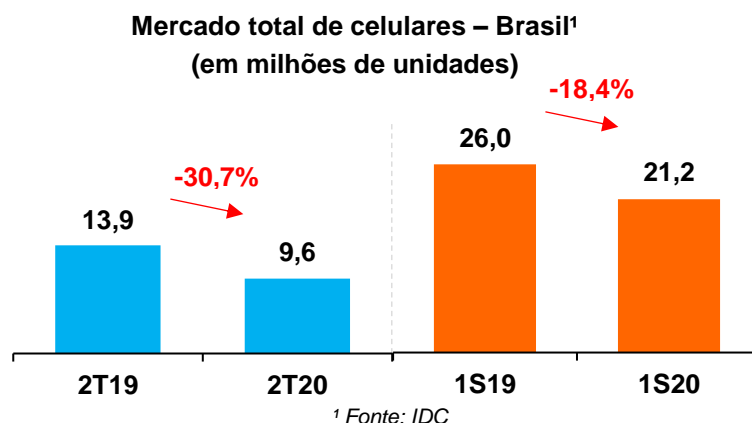
O mercado varejista de PCs apresentou recuperação acelerada ao fim do 2T20, mesmo com números modestos em abril. Após aplicação de medidas de fechamento de lojas e distanciamento social, os movimentos de *home office* e *homeschooling* contribuíram para uma aceleração das vendas no período, diversas famílias que anteriormente possuíam um computador por casa perceberam a necessidade de ampliar a quantidade para um dispositivo por pessoa, além de renovar seus dispositivos para tecnologias atuais, uma vez que a idade média dos computadores no Brasil estava entre 5 e 6 anos. O movimento gerou crescimento de 10,4% em maio e 18,4% em junho ante os mesmos meses em 2019. No trimestre consolidado houve crescimento de +3,6%.

Mercado de Notebooks - Varejo¹
(em milhares de unidades)



Mercado de telefones celulares

O mercado de celulares foi impactado pelos efeitos da crise do COVID-19 no 2T20, com redução de 30,7% ao registrar 9,6 milhões de unidades vendidas, e redução de 18,4% no acumulado semestral, com um volume total de 21,2 milhões de dispositivos vendidos. O comportamento das vendas de celulares confirma a preferência por compras de PCs no período, além de uma redução da oferta por limitações de *supply* pelo fechamento de fábricas na China e adequação dos cronogramas de fornecimento no período.



Perspectivas – Principais Negócios

- Computadores no varejo: o mercado foi surpreendido por uma retomada na demanda por PCs durante o 2T20. As novas projeções da Companhia e das redes varejistas apontam para uma continuidade deste movimento de recuperação muito forte da demanda, com *home office* e *homeschooling* ditando uma nova tendência de crescimento do mercado. A Positivo segue atenta à potenciais novos impactos decorrentes da pandemia para este segmento, além dos indicadores macroeconômicos que serão registrados a partir da atividade dos próximos meses, como as dinâmicas de emprego, renda e crédito, que possuem alta correlação com o desempenho das vendas no segmento. O varejo está com abastecimento bem abaixo do normal, e os fabricantes numa corrida para conseguir reestabelecer os estoques. Importante salientar que a demanda do mercado doméstico está forte no mundo todo, sem problema de abastecimento de componentes até o momento, mas que nos leva a antecipar algumas compras e estar atentos a eventuais faltas.
- Celulares: a Companhia acredita que o mercado de celulares possa retornar aos patamares médios anteriores, após superados os efeitos econômicos da pandemia do COVID-19, o trimestre corrente mostrou um retorno do foco dos consumidores aos PCs para as rotinas de trabalho e estudo, porém a geração e disponibilização de conteúdo para plataformas móveis deve voltar a impulsionar este segmento no futuro
- Instituições públicas: a Companhia segue monitorando os impactos de postergação dos cronogramas de entrega dos contratos em carteira. Já existem sinalizações de retorno de atividades das administrações de órgãos públicos para o fim de 2020, o que poderá acarretar em concentrações no último trimestre em caso de relaxamento das medidas de distanciamento social das instituições. A Positivo monitora a retomada de pregões online e prioriza participação em editais com dotação orçamentária segura, que por consequência ficam menos expostos à deterioração econômica gerada pela crise, que deverá 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 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.

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 ganharam mais espaço entre os consumidores brasileiros, que agora passam mais tempo dentro de suas casas.
- Tecnologia Educacional: 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.

Entre o grupo de investidas da Positivo, destaca-se o avanço nas operações da Hi Technologies com a realização de testes de diagnóstico do COVID-19 por meio da plataforma HiLab. A investida apresentou um salto de faturamento no 2T20 para R\$ 55 milhões, e possui alto volume de contratos a entregar nos meses subsequentes.

Desempenho da Companhia

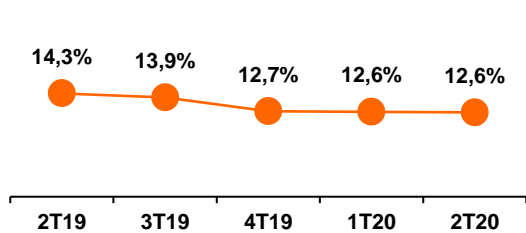
Computadores

As vendas de PCs totalizaram 177,2 mil unidades no 2T20, redução de 12,8% 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 efeitos da postergação no cronograma de entregas para instituições públicas, além de revisões orçamentárias dos clientes do segmento corporativo dada a incerteza sobre o rumo da economia. Destaca-se que, como informado no item 1, o período 2T19 representa uma forte base de comparação.

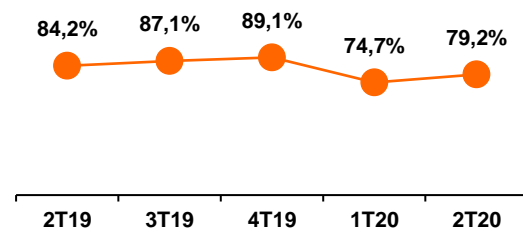
No acumulado semestral o volume de vendas atingiu 334,8 mil unidades, uma pequena redução de 1,2% em relação ao mesmo período do ano anterior

A Positivo manteve uma posição dominante no mercado de dispositivos de entrada comercializados no varejo, registrando 79,2% de participação

Market Share Anual Positivo
Mercado de Computadores – Brasil – Total¹



Market Share Anual Positivo no varejo
Mercado de notebooks – Brasil – < R\$1200,00¹



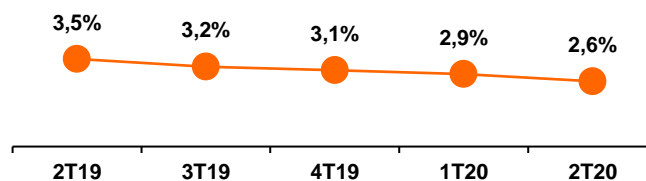
¹ Fonte: IDC

Celulares

As vendas de telefones celulares da Companhia apresentaram volume de 220,9 mil unidades no 2T20, redução de 54,5% em relação ao 2T19. A redução está em linha com o comportamento do mercado para o período, com redução na demanda por estes dispositivos principalmente no canal varejista. No acumulado do 1S20 o volume foi de 544 mil unidades e representou uma redução de 39,9% em relação ao mesmo período de 2019.

O *market share* anualizado da Positivo Tecnologia no mercado de celulares atingiu 2,6% no 2T20, redução de 1,1 p.p. em relação ao 2T19.

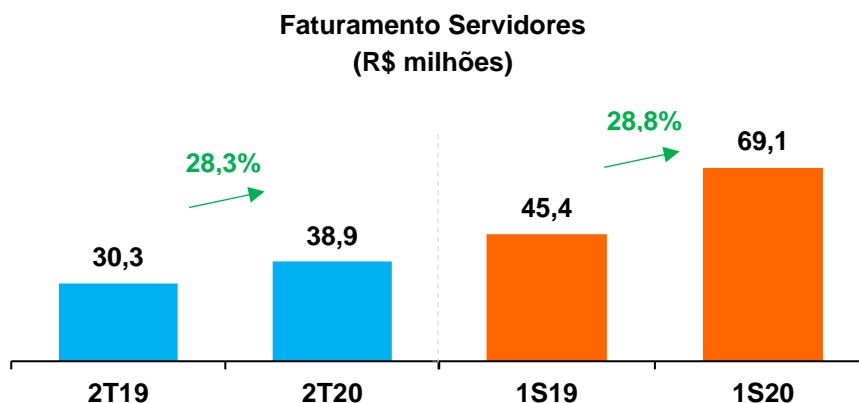
Market Share Anual Positivo
Mercado de Celulares – Brasil – Total¹



¹ Fonte: IDC

Servidores

As vendas de servidores totalizaram R\$ 38,9 milhões, um crescimento de 28,3% no 2T20. No acumulado de seis meses, o faturamento foi de R\$ 69,1 milhões (+28,8% vs. 1S19). O desempenho da unidade de negócios de servidores seguiu consistente com a expectativa da Companhia, 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 (a Positivo Tecnologia adquiriu participação de 80% no capital da Accept no fim de 2018).



2) DESTAQUES FINANCEIROS E OPERACIONAIS

DRE Consolidado (Em R\$ mil)	2T19	2T20	Var%		Var%	
			2T20x2T19	1S19	1S20	1S20x1S19
Receita Operacional Líquida *	550.280	440.519	-19,9	897.933	819.085	-8,8
Custo dos produtos vendidos e serviços prestados	(410.920)	(357.212)	-13,1	(670.442)	(661.512)	-1,3
LUCRO BRUTO	139.360	83.307	-40,2	227.491	157.573	-30,7
	25,3%	18,9%		25,3%	19,2%	
Despesas Operacionais	(103.306)	(89.213)	-13,6	(183.178)	(174.755)	-4,6
Resultado de Equivalência Patrimonial	1.948	4.752	143,9	571	3.071	437,8
LUCRO OPERACIONAL (EBIT)	38.002	(1.154)	103,0	44.884	(14.111)	-131,4
	6,9%	-0,3%		5,0%	-1,7%	
Resultado Financeiro	(23.955)	(8.522)	64,4	(35.432)	11.417	-132,2
Imposto de renda e contribuição social	(2.979)	1.076	136,1	(2.979)	(1.533)	-48,5
LUCRO LÍQUIDO DO PERÍODO	11.068	(8.600)	177,7	6.473	(4.227)	-165,3
	2,0%	-2,0%		0,7%	-0,5%	
EBITDA	45.548	10.175	77,7	64.043	9.075	-85,8
	8,3%	2,3%		7,1%	1,1%	
EBITDA AJUSTADO **	49.545	7.871	84,1	67.940	(1.978)	-102,9
	9,0%	1,8%		7,6%	-0,2%	

* Receita líquida reapresentada considerando efeitos das despesas de VPC e Rebate, que nos releases anteriores eram classificadas 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

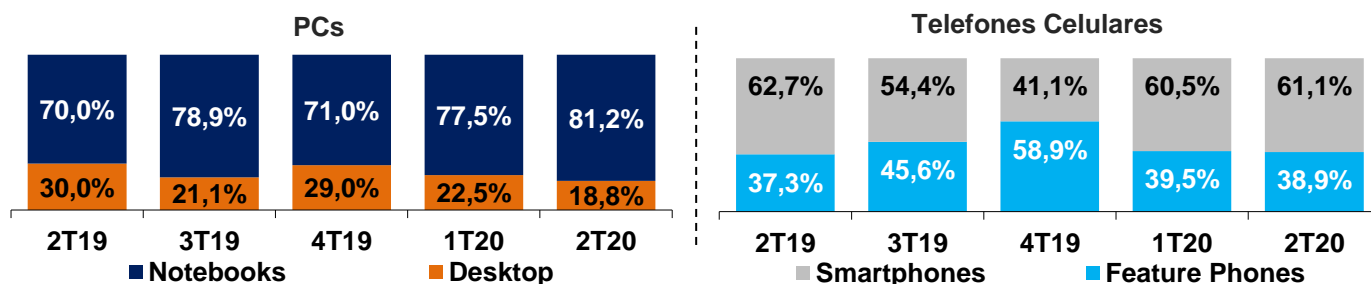
** Ajustado pelo efeito caixa do hedge cambial dos insumos e pela adição de 50% do EBITDA da joint-venture IFSA. Mais detalhes na seção 2.5 – EBITDA

2.1) BREAKDOWN DE VOLUME E RECEITA LÍQUIDA

VOLUME

Volume de Vendas (em unidades)	Var%			Var%		
	2T19	2T20	2T20 x 2T19	1S19	1S20	1S20 X 1S19
PCs	203.147	177.161	-12,8	338.766	334.837	-1,2
Desktops	60.916	33.358	-45,2	93.589	68.912	-26,4
Notebooks	142.231	143.803	1,1	245.177	265.925	8,5
PCs - por canal	203.147	177.161	-12,8	338.766	334.837	-1,2
Varejo	126.822	130.309	2,7	222.980	239.936	7,6
Instituições Públicas	50.910	29.470	-42,1	66.898	52.063	-22,2
Corporativo	25.415	17.382	-31,6	48.888	42.838	-12,4
Telefones Celulares	485.922	220.902	-54,5	905.189	544.006	-39,9
Smartphones	304.588	134.981	-55,7	537.158	330.618	-38,5
Feature Phones	181.334	85.921	-52,6	368.031	213.388	-42,0
Tablets	1.421	43.330	2.949,3	3.984	90.813	2.179,4

Participação dos Dispositivos nas Vendas (unidades)

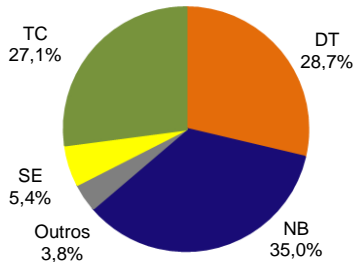


RECEITA LÍQUIDA

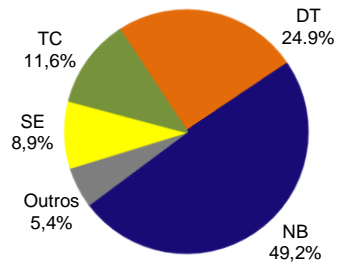
Receita Líquida (R\$ milhões)	Var%			Var%		
	2T19	2T20	2T20 x 2T19	1S19	1S20	1S20 X 1S19
Receita Líquida Total	550,3	440,5	-20,0	925,3	819,1	-11,5
Dispositivos por tipo	543,8	437,5	-19,5	913,2	807,0	-11,6
Desktops	160,3	108,8	-32,1	238,5	193,9	-18,7
Notebooks	191,1	215,4	12,7	326,3	369,9	13,4
Telefones Celulares	147,6	50,7	-65,7	257,6	121,2	-53,0
Servidores	30,3	38,9	28,3	45,4	69,1	52,3
Outros	14,4	23,7	64,8	45,4	52,9	16,5
Dispositivos por canal	543,8	437,5	-19,5	913,2	807,0	-11,6
Varejo	287,8	225,4	-21,7	513,7	392,3	-23,6
Instituições Públicas	146,3	131,4	-10,2	201,2	246,4	22,5
Corporativo / Outros	109,7	80,7	-26,4	198,3	168,2	-15,2
Tecnologia Educacional	6,5	3,0	-54,5	12,1	12,1	0,4

Composição da Receita Líquida de Dispositivos

Produto



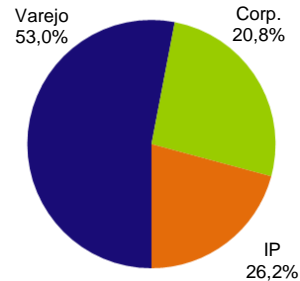
2T19



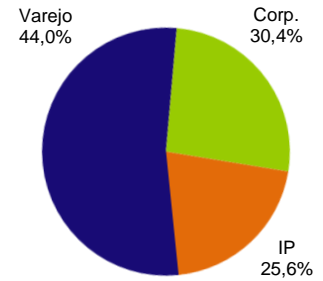
2T20

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

Canal



2T19



2T20

Corp : Corporativo
IP.: Instituições Públicas

2.2) CUSTO DOS PRODUTOS VENDIDOS (CPV)

Custo dos Produtos Vendidos (R\$ milhões)	Custo dos Produtos Vendidos		Var%		Var%	
	2T19	2T20	2T20 x 2T19	1S19	1S20	1S20 X 1S19
Matéria Prima e Insumos	(391,4)	(340,3)	-13,1	(637,2)	(626,1)	-1,7
Depreciação e Amortização	(2,0)	(2,2)	8,5	(4,3)	(4,2)	-3,0
Outros	(17,4)	(14,7)	-15,3	(28,9)	(31,2)	8,1
Total	(410,9)	(357,2)	-13,1	(670,4)	(661,5)	-1,3

Conciliação CPV ajustado

(+) Efeito caixa do hedge dos insumos*	3,7	(2,4)	-165,0	2,8	(11,2)	-500,1
Total ajustado	(407,2)	(359,6)	-11,7	(667,6)	(672,7)	0,8
em % da Receita Líquida	74,0%	81,6%		74,3%	82,1%	

* 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.

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 7,3 p.p. em relação ao 2T19, 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 3,8% da receita líquida do 2T20, aumento de 0,3 p.p. ante o 2T19. 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.

2.3) LUCRO BRUTO

A Companhia registrou lucro bruto de R\$ 83,3 milhões no 2T20, acompanhado de margem bruta de 18,9% (- 6,4 p.p.).

Com o ajuste pelo resultado do *hedge* e da variação cambial, a margem bruta registrou 18,4% no 2T20 (- 7,6 p.p.).

2.4) DESPESAS OPERACIONAIS

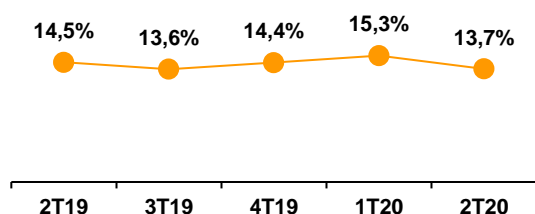
Despesas Operacionais (R\$ milhões)	2T19	2T20	Var% 2T20 x 2T19	1S19	1S20	Var% 1S20 X 1S19
Despesas com Vendas	(78,2)	(61,0)	-22,0	(134,8)	(118,7)	-11,9
Despesas Gerais e Administrativas	(24,7)	(26,6)	7,8	(48,2)	(54,4)	12,9
Outras Receitas (Despesas)	(0,4)	(1,5)	285,8	(0,2)	(1,5)	671,7
Total	(103,3)	(89,2)	-13,6	(183,2)	(174,7)	(4,6)

Despesas com vendas

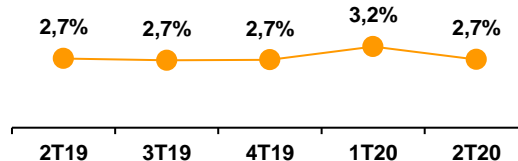
Despesas com Vendas (R\$ milhões)	2T19	2T20	Var% 2T20 x 2T19	1S19	1S20	Var% 1S20 X 1S19
Marketing	(15,1)	(11,9)	-21,0	(28,0)	(24,1)	-13,8
Assistência Técnica e Garantia	(29,2)	(16,8)	-42,3	(47,0)	(31,8)	-32,3
Depreciação e Amortização	(0,3)	(2,2)	641,0	(0,5)	(4,5)	804,6
Outros	(33,7)	(30,0)	-10,9	(59,3)	(58,3)	-1,6
Total	(78,2)	(61,0)	-22,0	(134,8)	(118,7)	-11,9
%da Receita Líquida	14,2	13,9	-0,3 p.p.	15,0	14,5	+0,5 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.

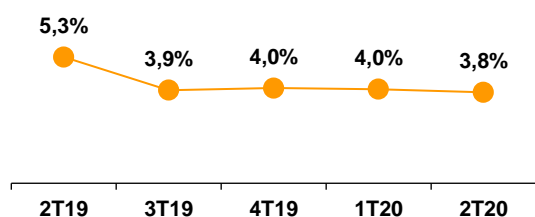
Despesas com vendas (% da Receita Líquida)



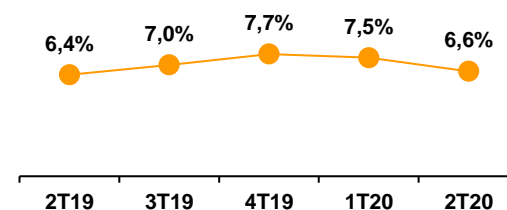
Despesas de Marketing (% da Receita Líquida)



Despesas de assistência técnica e garantia (% da Receita Líquida)



Outras despesas com vendas (% da Receita Líquida)



Marketing

As despesas com Marketing totalizaram R\$ 11,9 milhões no 2T20 e representaram 2,7% da receita líquida, em linha com o que foi apresentado no 2T19.

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 2T20 as despesas gerais e administrativas totalizaram R\$ 26,6 milhões, aumento de 8% em relação ao 2T19. Ao excluir despesas com depreciação e amortização, gastos obrigatórios com Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) e despesas extraordinários com preparação das plantas para as medidas restritivas do COVID-19, as despesas gerais e administrativas totalizaram R\$ 10,0 milhões no período, redução de 7,1%.

Gerais e Administrativas (R\$ milhões)			Var%		Var%	
	2T19	2T20	2T20 x 2T19	1S19	1S20	1S20 X 1S19
Pessoal e Remuneração dos Administradores	(9,9)	(9,0)	-8,8	(19,3)	(20,0)	3,8
Outros	(0,9)	(1,0)	11,1	(1,8)	(2,4)	33,3
Subtotal - pré itens extraordinários, P&D, depreciação e amortização	(10,8)	(10,0)	-7,1	(21,1)	(22,4)	6,3
(+) Depreciação e amortização	(6,7)	(7,0)	4,6	(12,9)	(14,5)	12,5
(+) Pesquisa e Desenvolvimento - P&D	(7,1)	(7,8)	9,9	(13,9)	(15,1)	8,6
(+) Itens extraordinários	(0,2)	(1,8)	800,0	(0,3)	(2,4)	700,0
Total Geral	(24,7)	(26,6)	8,0	(48,3)	(54,4)	12,7

Em percentual da receita líquida consolidada, as despesas gerais e administrativas corresponderam a 6,0% no 2T20 (+1,5 p.p.), a variação deve-se principalmente à uma menor diluição dos custos fixos no período, com menor volume de vendas para instituições públicas e corporativas.

2.5) EBITDA

No 2T20, o EBITDA Ajustado ficou positivo em R\$ 7,9 milhões, a redução se deu majoritariamente em função dos impactos nas margens no período, conforme abordado em itens anteriores.

EBITDA (R\$ milhões)	2T19	2T20	Var% 2T20 x 2T19	1S19	1S20	Var% 1S20 X 1S19
Lucro (Prejuízo) Líquido	11,1	(8,6)	177,8	6,5	(4,2)	165,2
Depreciação e Amortização	(9,5)	(11,4)	20,0	(19,1)	(23,3)	22,0
Resultado Financeiro	(24,0)	(8,5)	64,6	(35,4)	11,4	-132,2
IR e Contribuição Social	(3,0)	1,1	-135,9	(3,0)	(1,5)	-49,2
EBITDA	47,4	10,2	-78,5	63,5	9,1	-85,7
Conciliação de EBITDA Ajustado:						
EBITDA	47,4	10,2	-78,5	63,5	9,1	-85,7
(1) Efeito caixa do <i>hedge</i> dos insumos	3,7	(2,4)	-165,0	2,8	(11,3)	-501,9
(2) EBITDA Joint Ventures (50%)	0,3	0,1	-66,7	1,1	0,2	-81,8
EBITDA Ajustado	51,4	7,9	-84,7	71,0	(2,0)	-102,8
Margem EBITDA Ajustada (%)	9,1%	1,8%	-0,1 p.p.	7,9%	0,0	-0,1 p.p.
Múltiplo						
Dívida Líquida - fim de período	258,4	150,7				
EBITDA Ajustado - últimos 12 meses	149,7	86,7				
Múltiplo Dívida Líquida / EBITDA Ajustado	1,7x	1,7x				

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.

2.6) RESULTADO FINANCEIRO E ENDIVIDAMENTO

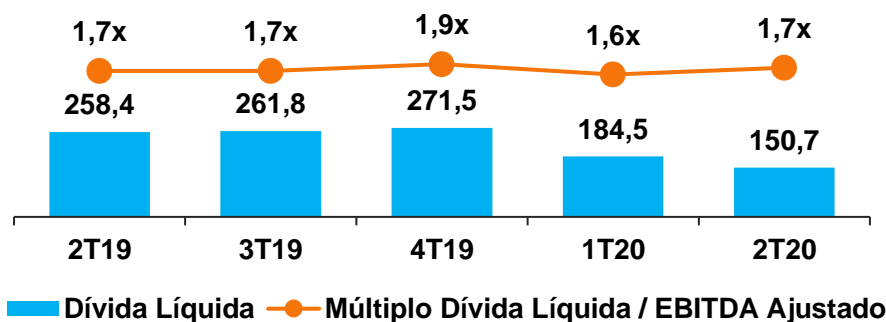
O resultado financeiro do 2T20 ficou negativo em R\$ 8,5 milhões, 62,7% melhor em relação ao 2T19, uma combinação de ganhos na marcação a mercado dos instrumentos derivativos com a alta do dólar e redução de despesa financeira acompanhando a queda da taxa básica de juros.

Resultado Financeiro (R\$ milhões)	2T19	2T20	Var% 2T20 x 2T19	1S19	1S20	Var% 1S20 X 1S19
Efeito caixa do <i>hedge</i> dos insumos	3,7	(2,4)	-165,0	2,8	(11,3)	-501,9
Marcação a mercado e outros itens não caixa	(8,0)	8,3	-204,3	0,0	51,7	N/A
Subtotal - Variação Cambial (a)	(4,3)	5,9	-238,1	2,8	40,5	1.347,8
Arrendamento Mercantil (b)	(0,9)	(0,8)	-2,8	(1,8)	(1,7)	-
Receitas Financeiras	8,8	7,4	-16,4	16,6	18,7	12,4
Despesas Financeiras	(26,4)	(21,0)	-20,6	(53,0)	(45,9)	-13,4
Subtotal - Custo da Dívida e outros (c)	(17,7)	(13,6)	-23,1	(38,2)	(29,2)	-23,7
Total Geral (a + b + c)	(22,9)	(8,5)	62,7	(35,4)	11,4	-132,2

Endividamento

A Companhia encerrou o 2T20 com dívida líquida de R\$ 150,7 milhões. O múltiplo Dívida Líquida/ EBITDA foi de 1,7x, a desalavancagem e o aumento da posição de liquidez são resultado da captação líquida de R\$ 334 milhões com operação de Follow On realizada em janeiro/20, e de uma normalização de parte das readequações de fluxo de pagamentos realizados por parte dos clientes em março com o início das medidas restritivas de distanciamento social.

Evolução da dívida líquida e múltiplo trimestral



2.7) LUCRO LÍQUIDO

Foi apurado prejuízo de R\$ 8,6 milhões no 2T20, resultado inferior ao 2T19 quando foi apurado lucro de R\$ 11,1 milhões.

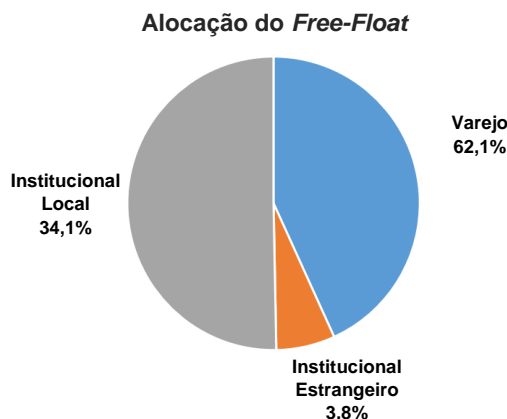
3) MERCADO DE CAPITAIS

Performance das Ações

As ações da Positivo Tecnologia encerraram o 2T20 cotadas a R\$ 5,20, indicando um valor de mercado de R\$ 737,4 milhões (+ 223% vs. 2T19).

Alocação das ações em circulação

Em 30 de junho de 2020, a Companhia contava com 48,8 mil pessoas físicas em sua base acionária, detentoras de 62,1% das ações em circulação. Os investidores institucionais detinham 37,1% do *free-float*, conforme apresentado a seguir:



Contato RI

Caio Moraes

Diretor Vice-Presidente Financeiro e de RI

Thomas Demaret Black

Gerente de RI

Email: ri@positivo.com.br

Tel: (+55 41) 3239-7887

Website de RI:www.positivotecnologia.com.br/ri

Webconferência 2T20

Terça-feira, 14 de agosto 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=07bea663-9936-44d4-94e0-859875ff1a48>

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).