

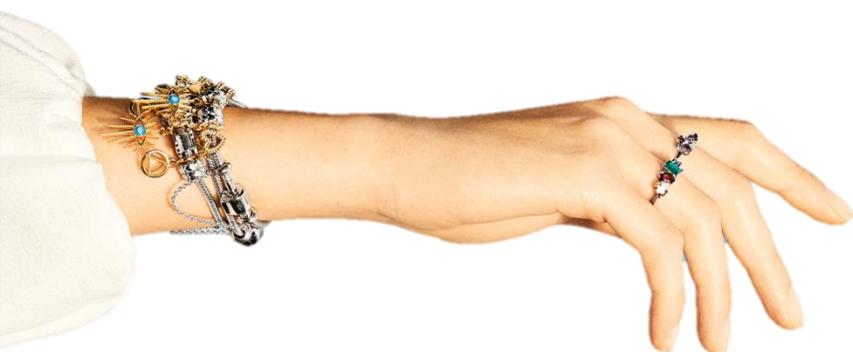
VIVARA



Release de Resultados
Quarto Trimestre de 2020

SUMÁRIO

<i>RELEASE DE RESULTADOS 4T20</i>	3
Destques do Período	3
Destques Financeiros	3
Receita	4
Lucro Bruto e Margem Bruta	7
Despesas Operacionais	7
Ebitda Ajustado e Margem Ebitda Ajustada	8
Lucro Líquido e Margem Líquida	8
Endividamento	9
Investimentos Capex	9
Geração De Caixa	10
Expansão	10
 <i>BALANÇO ANUAL 2020</i>	 11
Mensagem da Administração	14
Impactos e Medidas COVID-19	16
Comentário de Desempenho Financeiro	17
Pessoas	20
Visão de Futuro – ESG	21
Mercado de Capitais	22
Governança Corporativa	23
Perspectivas	24
 <i>ANEXOS</i>	 25
Demonstração do Resultado Combinada	25
Balaço Patrimonial Combinado	26
Fluxo de Caixa Combinado	27
Disclaimer	28



São Paulo, 17 de março de 2021 - A Vivara Participações S.A. (B3: VIVA3), a maior rede de joalherias do Brasil, divulga os resultados do 4º trimestre e do ano de 2020.

DESTAQUES DO TRIMESTRE

- ◆ Recorde de vendas em um trimestre: **R\$ 596,6 milhões**, crescimento de **14,4%**, em relação ao 4T19.
- ◆ Expansão de **11,3%** nas vendas em mesmas lojas (SSS).
- ◆ Robusto crescimento de **159,0%** nas Vendas Digitais, em relação ao 4T19, representando **18,1%** do faturamento do 4T20.
- ◆ Consolidação do Projeto Joias em Ação, que registrou **31,6%** de participação nas vendas digitais do 4T20.
- ◆ Boa composição de estoques e adequada política de precificação garantiu proteção dos níveis de Margem Bruta, que atingiu **69,0%**, no trimestre.
- ◆ O **EBITDA Ajustado⁽¹⁾** totalizou **R\$ 137,4 milhões**, **+15,6% maior** no 4T20, na comparação com o mesmo trimestre do ano passado, com margem de **29,8%**.
- ◆ Forte geração de caixa no trimestre, com adição de **R\$ 63,3 milhões**.



DESTAQUES FINANCEIROS

Principais Indicadores Financeiros (R\$ mil)	4T20	4T19	Δ %	2020	2019	Δ %
Receita Bruta (liq. de devoluções)	596.554	521.572	14,4%	1.338.142	1.489.872	-10,2%
Receita Líquida	461.037	407.279	13,2%	1.047.547	1.171.360	-10,6%
Lucro bruto	318.203	294.866	7,9%	717.483	797.745	-10,1%
Margem Bruta (%)	69,0%	72,4%	(3,4 p.p.)	68,5%	68,1%	0,4 p.p.
EBITDA	145.831	122.025	19,5%	263.351	408.570	-35,5%
Margem Ebitda (%)	31,6%	30,0%	1,7 p.p.	25,1%	34,9%	(9,7 p.p.)
EBITDA Ajustado⁽¹⁾	137.369	118.834	15,6%	216.319	272.134	-20,5%
Margem Ebitda Ajustada (%)	29,8%	29,2%	0,6 p.p.	20,7%	23,2%	(2,6 p.p.)
Lucro Líquido	93.182	92.653	0,6%	146.672	318.251	-53,9%
Margem Líquida (%)	20,2%	22,7%	(2,5 p.p.)	14,0%	27,2%	(13,2 p.p.)
Lucro Líquido Ajustado⁽³⁾	93.182	107.515	-13,3%	146.672	216.989	-32,4%
Margem Líquida Ajustada ⁽⁷⁾ (%)	20,2%	26,4%	(6,2 p.p.)	14,0%	18,5%	(4,5 p.p.)
SSS⁽²⁾ (lojas físicas + e-commerce)	11,3%	7,4%	na	-12,2%	8,6%	na
Geração de Caixa Operacional⁽⁴⁾	63.308	(35.786)	276,9%	239.553	(3.112)	7798,6%

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

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

(3) Lucro Líquido Ajustado pelo efeito não recorrentes, referente ao reconhecido do ganho da ação de exclusão do ICMS da base de PIS/Confins no período acumulado em 9M19, conforme conciliação apresentada na página 8.

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

RECEITA BRUTA (Liq. Dev.)

💎 A receita bruta, líquida de devoluções, cresceu 14,4% no trimestre como resultado da retomada gradual das vendas em lojas físicas, combinada com a maturação das iniciativas digitais, que impulsionaram as vendas do canal online. A estratégia comercial para o 4T20 foi estruturada para reduzir a dependência de fluxo de clientes nas semanas de Black Friday e Natal. Para isso, prolongamos a Black Friday, que teve duração de 12 dias, com estoque reforçado e já integrado, através do projeto de implantação do *Order Management System*, em 50 praças relevantes para operação. Para o Natal, intensificamos o lançamento de coleções e fortalecemos as campanhas de marketing digital, para diluir o fluxo ao longo do mês. O SSS (Same Store Sales) do período foi de 11,3%. A receita líquida atingiu R\$ 461,0 milhões, +13,2% maior que no 4T19 e R\$ 1.047,6 milhões, no ano, com retração de -10,6%.

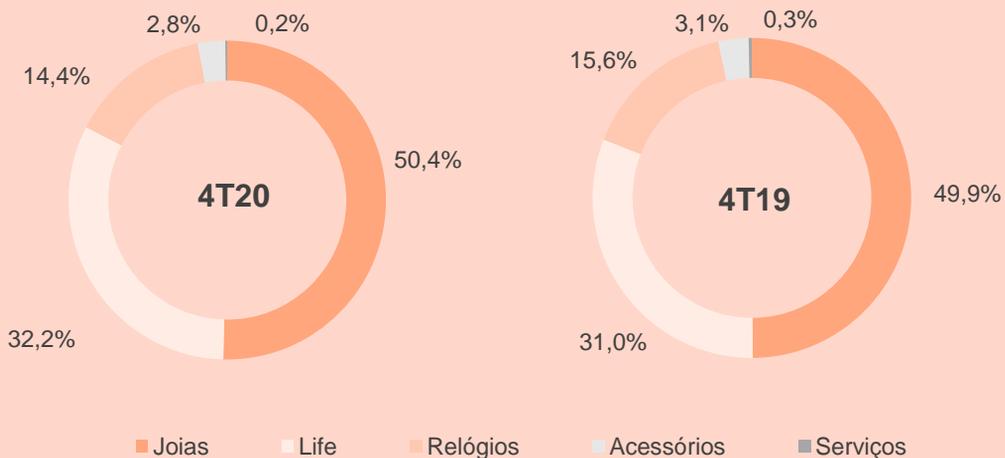
Receita por canal (R\$ mil)	4T20	4T19	Δ %	2020	2019	Δ %
Receita Bruta (Liq. de devoluções)	596.554	521.572	14,4%	1.338.142	1.489.872	-10,2%
Lojas Físicas	484.154	473.914	2,2%	1.016.119	1.360.642	-25,3%
Vendas Digitais	108.220	41.785	159,0%	309.398	106.246	191,2%
Outros	4.179	5.872	-28,8%	12.625	22.985	-45,1%
Deduções	(135.517)	(114.293)	18,6%	(290.595)	(318.512)	-8,8%
Receita Líquida	461.037	407.279	13,2%	1.047.547	1.171.360	-10,6%
SSS (lojas físicas + e-commerce)	11,3%	7,4%	na	-12,2%	8,6%	na

💎 As vendas do 4T20 representaram 44,6% do faturamento anual, já em 2019, o 4T representou 35,0%. Olhando para o desempenho mensal, em novembro registramos crescimento de 23,7%, uma forte aceleração em relação ao mesmo mês do ano anterior. Em dezembro identificamos aumento das restrições de funcionamento e recuo nas flexibilizações em algumas praças e as vendas desaceleraram, se comparadas a Outubro e Novembro. Parte da desaceleração pode ser atribuída, também, à antecipação das compras de Natal, em razão da estratégia comercial, focada na diluição da dependência de fluxo adotada pela Companhia. Ainda assim, **no 4T20 registramos recorde histórico de vendas em um só trimestre.**

💎 O crescimento de vendas registrado pela Companhia no trimestre foi impulsionado pelo aumento do volume de peças vendidas, principalmente nas categorias Life e Acessórios. No consolidado, 91,4% do crescimento das vendas do trimestre veio por volume e 8,6% por preço.

💎 O mix de vendas da Companhia seguiu sem mudanças relevantes na comparação dos períodos, com a categoria Life ganhando +1,2 p.p. de participação, Joias com +0,5.p.p. e Relógio perdendo -1,2 p.p. de representatividade, beneficiando a rentabilidade das vendas.

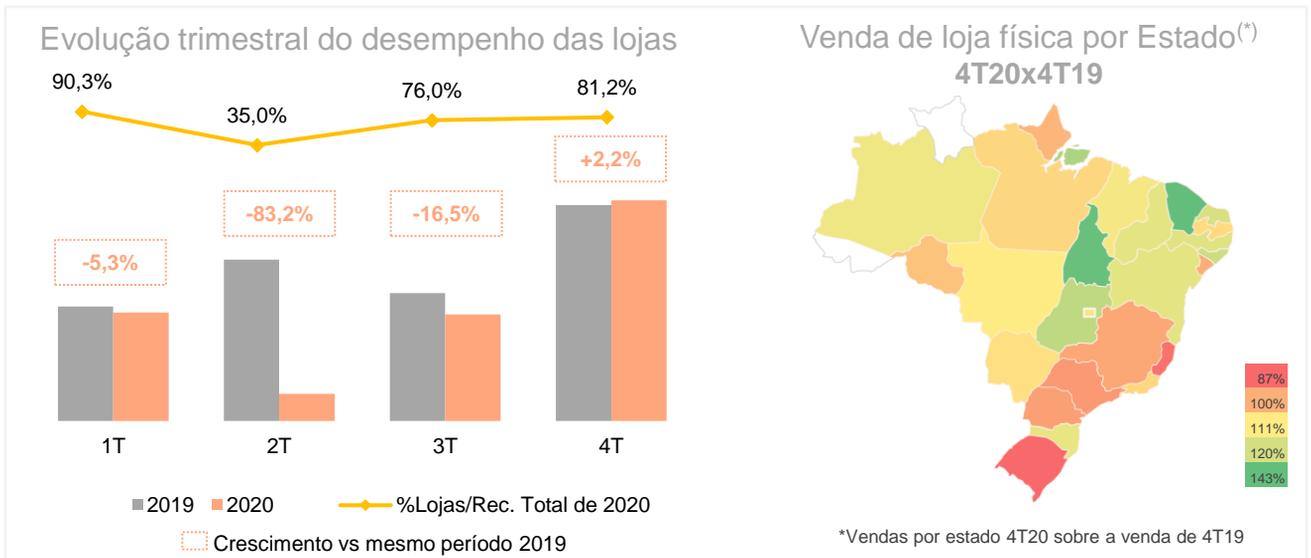
VENDA POR CATEGORIA



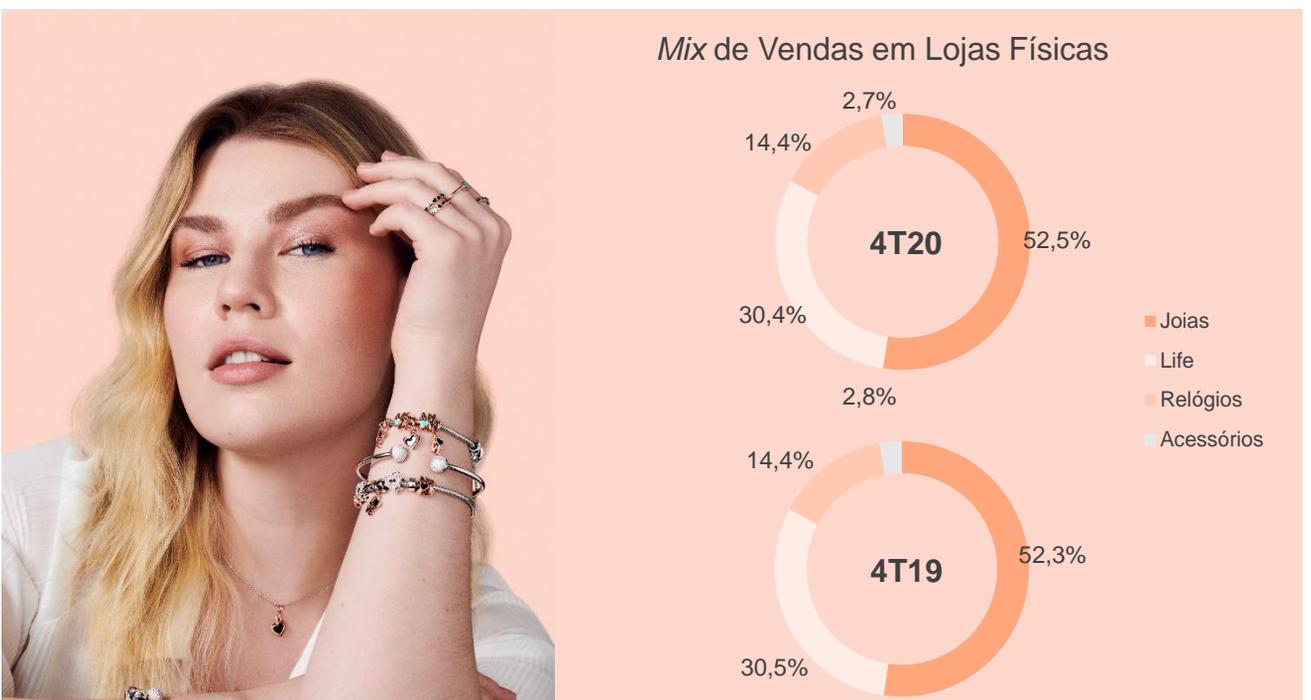
RECEITA BRUTA (Liq. Dev.) (cont.)

VENDAS EM LOJAS FÍSICAS

- No 4T20 vimos uma sequência de forte aceleração das vendas em lojas físicas, com o melhor desempenho do canal sendo registrado em novembro, com crescimento de +7,9% e SSS de +3,1%. Em dezembro, com aumento das medidas de restrição em algumas praças relevantes para a operação, recuamos no ritmo de retomada de lojas físicas, principalmente nas regiões Sul e Sudeste.
- No 4T20, a receita das lojas físicas cresceu 2,2%, representando 81,2% das receitas totais. No 4T19, as lojas foram responsáveis por 90,9% da receita total. O SSS, considerando apenas lojas físicas, foi de -2,0%, no trimestre.



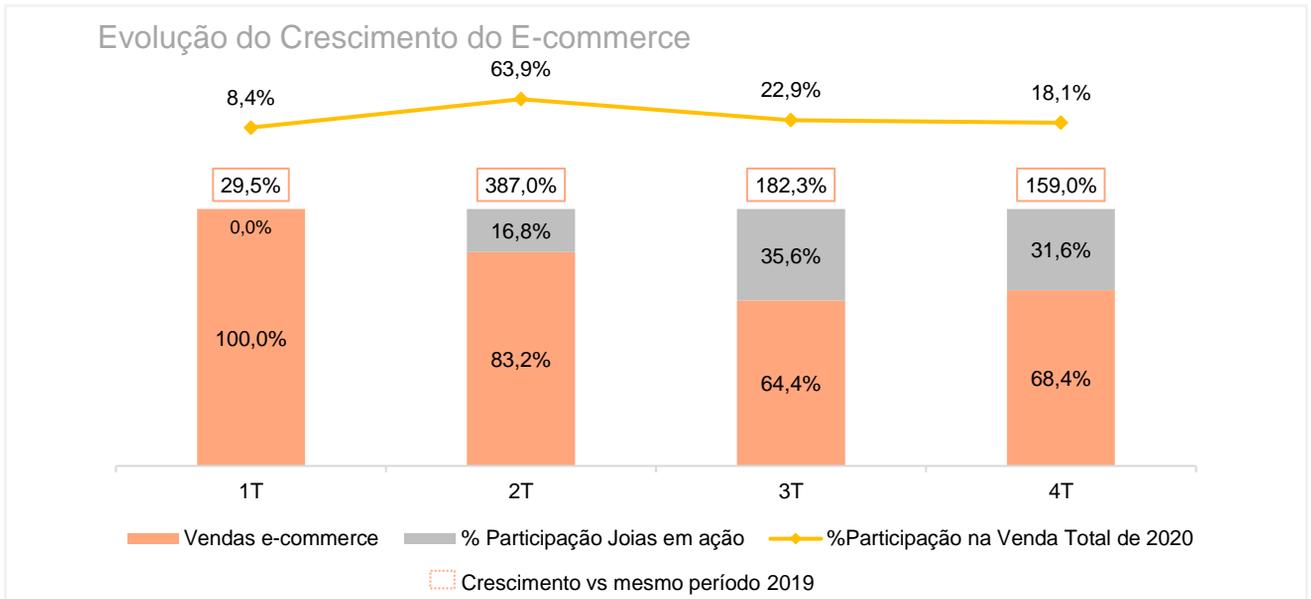
- É importante ainda ressaltar que esse resultado está alinhado às expectativas da Companhia para o período e não considera as vendas do Projeto Joias em Ação, que são registradas como vendas digitais. No 4T20, as vendas diretas do projeto atingiram R\$ 34,2 milhões. Apenas de forma ilustrativa, considerando esse efeito, a vendas das lojas físicas teriam registrado +9,4% de expansão nas vendas.



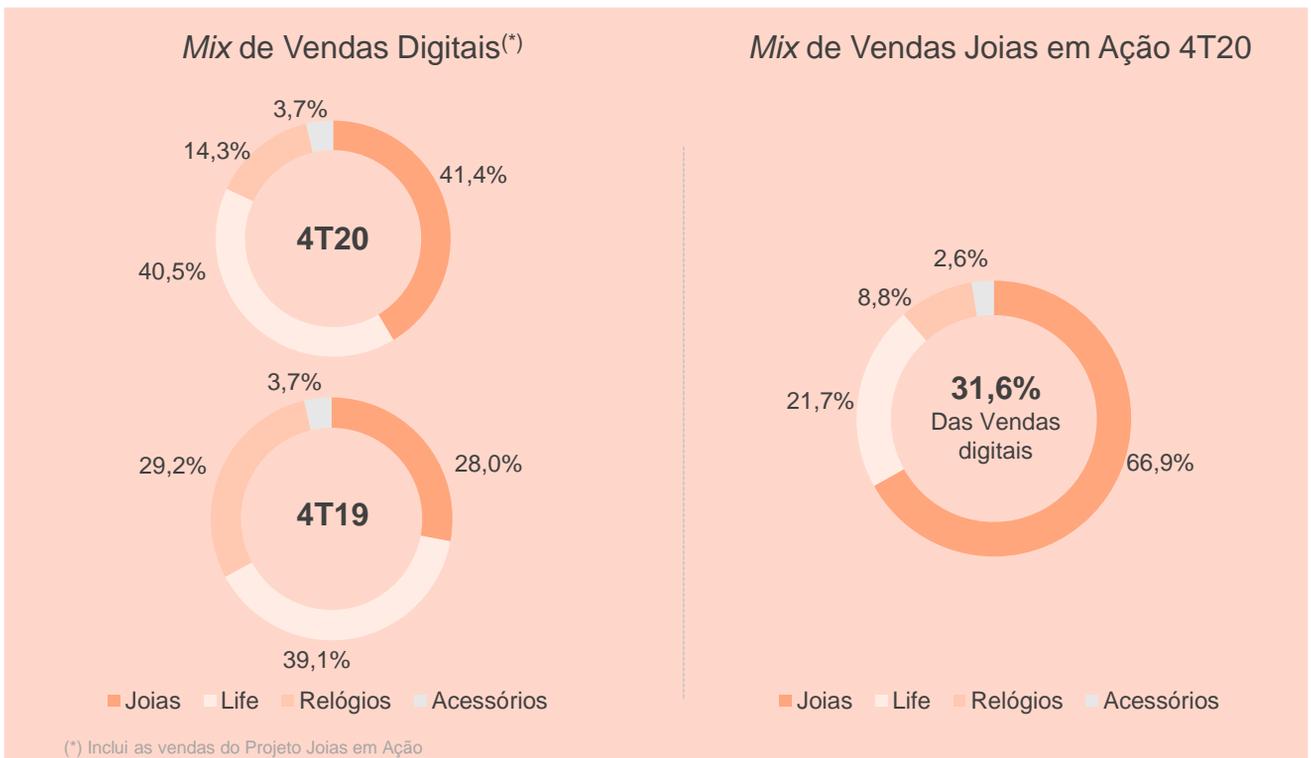
RECEITA BRUTA (Liq. Dev.) (cont.)

VENDAS DIGITAIS

💎 No 4T20 as vendas digitais seguiram como o grande destaque do período, com crescimento de 159,0%, atingindo R\$ 108,2 milhões de faturamento, 18,1% das vendas totais. O desempenho do canal deve-se, principalmente, à maturação das iniciativas de “omnicanalidade” implantadas pela Companhia ao longo do ano. O patamar de venda do canal segue em níveis mais estabilizados, entre 15% e 20% da venda total, desde setembro, mesmo com a retomada da operação das lojas físicas.



💎 No 4T20, o projeto Joias em Ação atingiu 31,6% das vendas digitais e, mais uma vez, foi uma importante ferramenta de equalização do mix de vendas do canal, que, historicamente, tem maior participação de Relógios e Life, que são itens de tickets mais baixos, se comparado à categoria de Joias.



LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA

Lucro Bruto (R\$ mil) e Margem Bruta (%)	4T20	4T19	Δ %	2020	2019	Δ %
Receita Líquida	461.037	407.279	13,2%	1.047.547	1.171.360	-10,6%
Custo Total	(142.834)	(112.413)	27,1%	(330.064)	(373.615)	-11,7%
Aquisição de insumos, matérias-primas e produtos	(134.402)	(102.080)	31,7%	(304.502)	(348.621)	-12,7%
% Receita Líquida	-29,2%	-25,1%	(4,1 p.p.)	-29,1%	-29,8%	0,7 p.p.
Despesas Fábrica	(8.432)	(10.332)	-18,4%	(25.562)	(24.994)	2,3%
% Receita Líquida	-1,8%	-2,5%	0,7 p.p.	-2,4%	-2,1%	(0,3 p.p.)
Pessoal	(6.517)	(6.014)	8,4%	(20.286)	(20.675)	-1,9%
% Receita Líquida	-1,4%	-1,5%	0,1 p.p.	-1,9%	-1,8%	(0,2 p.p.)
Despesas gerais da fábrica	(1.154)	(2.869)	-59,8%	(2.751)	(2.869)	-4,1%
% Receita Líquida	-0,3%	-0,7%	0,5 p.p.	-0,3%	-0,2%	(0,0 p.p.)
Depreciação	(761)	(1.449)	-47,5%	(2.524)	(1.449)	74,2%
% Receita Líquida	-0,2%	-0,4%	0,2 p.p.	-0,2%	-0,1%	(0,1 p.p.)
Lucro Bruto	318.203	294.866	7,9%	717.483	797.745	-10,1%
Margem Bruta %	69,0%	72,4%	(3,4 p.p.)	68,5%	68,1%	0,4 p.p.

- 💎 A Margem Bruta do trimestre atingiu 69,0%, alinhada aos patamares saudáveis de rentabilidade da Companhia, mesmo considerando um movimento mais intenso de Black Friday e o aumento sequencial do custo de insumos.
- 💎 A adequada composição de estoques em todas as categorias, combinada com a correta política de precificação, contribuiu para a rentabilidade atingida, demonstrando, mais uma vez, a capacidade da Companhia de gerir custos.



DESPESAS OPERACIONAIS

Despesas Operacionais (R\$ mil)	4T20	4T19	Δ %	2020	2019	Δ %
Despesas Operacionais (SG&A)	(168.957)	(173.539)	-2,6%	(463.223)	(498.066)	-7,0%
% Receita Líquida	-36,6%	-42,6%	6,0 p.p.	-44,2%	-42,5%	(1,7 p.p.)
Despesas com Vendas	(121.992)	(116.314)	4,9%	(331.679)	(360.069)	-7,9%
% Receita Líquida	-26,5%	-28,6%	2,1 p.p.	-31,7%	-30,7%	(0,9 p.p.)
Despesas Gerais e Administrativas	(46.966)	(57.225)	-17,9%	(131.544)	(137.997)	-4,7%
% Receita Líquida	-10,2%	-14,1%	3,9 p.p.	-12,6%	-11,8%	(0,8 p.p.)
Outras Despesas (Receitas) Operacionais	(4.175)	(755)	453,1%	6.567	107.442	-93,9%
Total de Despesas	(173.132)	(174.294)	-0,7%	(456.656)	(390.624)	16,9%

- 💎 No 4T20, as Despesas Operacionais (SG&A) caíram -2,6%, principalmente pela (i) menor despesa com pessoal; e (ii) pelos descontos em aluguel. Importante destacar que, no 4T19, a Companhia registrou R\$ 14,9 milhões de despesas não recorrentes, referente ao projeto do IPO. Em bases comparáveis, as Despesas Operacionais (SG&A) teriam aumentado em 6,5%, como efeito natural da retomada das operações, com desalavancagem operacional de 2,4 p.p., beneficiada pelas medidas de contenção e controle orçamentário adotado pela Companhia desde o início da pandemia.
- 💎 As Despesas com Vendas ficaram 4,9% maiores no trimestre, principalmente (i) pela retomada das operações de lojas e menor volume de benefícios relacionados à adesão à Lei 14.020/2020, (ii) pelo aumento das despesas com frete e tributos, reflexo da maior relevância das vendas digitais, e (iii) pelo maior nível de Despesas de Marketing, referente ao crescente investimento em marketing digital. Em contrapartida aos aumentos mencionados acima, as Despesas com Aluguéis e Condomínios ficaram menores, beneficiadas pelos descontos obtidos, além da redução nas Despesas com Serviços de Terceiros, refletindo as readequações orçamentárias adotadas ao longo do ano.
- 💎 As Despesas Gerais e Administrativas apresentaram decréscimo de 17,9%, pelo reconhecimento de R\$ 14,9 milhões de despesas não recorrentes, referente à despesas do IPO no 4T19. Em bases comparáveis, as Despesas Gerais e Administrativas ficariam 10,9% maiores, principalmente pelo aumento de Serviços de Terceiros, em razão dos projetos para suportar a estratégia de longo prazo.
- 💎 As Outras Despesas (Receitas) Operacionais registraram -R\$ 4,2 milhões no trimestre, principalmente pela adequação das provisões.

EBITDA AJUSTADO E MARGEM EBITDA AJUSTADA

Reconciliação do EBITDA (R\$ mil)	4T20	4T19	Δ %	2020	2019	Δ %
Lucro Líquido	93.182	92.649	0,6%	146.672	318.251	-53,9%
(+) IR/CSLL	28.848	8.506	239,2%	16.865	40.914	-58,8%
(+) Resultado financeiro	8.921	6.417	39,0%	41.542	2.461	1588,2%
(+) Depreciação e Amortização	14.880	14.449	3,0%	58.273	46.944	24,1%
EBITDA Total	145.831	122.021	19,5%	263.351	408.570	-35,5%
(-) Despesa de aluguel (IFRS16) ⁽⁴⁾	(8.462)	(18.053)	-53,1%	(47.032)	(47.640)	-1,3%
(+) Efeitos não recorrentes	-	14.862	na	-	(88.796)	na
EBITDA AJUSTADO	137.369	118.830	15,6%	216.319	272.134	-20,5%
<i>Margem Ebitda Ajustada (%)</i>	<i>29,8%</i>	<i>29,2%</i>	<i>0,6 p.p.</i>	<i>20,7%</i>	<i>23,2%</i>	<i>(2,6 p.p.)</i>

(4) A parcela fixa das despesas de aluguel, aqui apresentadas, estão contabilizadas na Demonstração de Fluxo de Caixa, como "Arrendamento do Direito de Uso", como efeito da adoção do IFRS16. Informações mais detalhadas a respeito da norma contábil podem ser encontradas na Nota Explicativa 24, das Demonstrações Contábeis da Companhia.

- Como consequência do bom ritmo de vendas, da correta composição de estoque, da adequada estratégia de precificação e disciplina orçamentária, a Companhia registrou R\$ 137,4 milhões de EBITDA Ajustado, crescimento de 15,6%, em relação ao ano anterior e margem de 29,8%, expansão de 0,6 p.p..
- O EBITDA Ajustado foi beneficiado ainda pelas negociações contratuais que reduziram de forma relevante a base de aluguel fixo dos contratos vigentes.
- O EBITDA Ajustado do 4T20 é o melhor resultado operacional da Vivara em um único trimestre.



LUCRO LÍQUIDO E MARGEM LÍQUIDA

Reconciliação do Lucro Líquido Ajustado (R\$ mil)	4T20	4T19	Δ %	2020	2019	Δ %
Lucro Líquido	93.182	92.653	0,6%	146.672	318.251	-53,9%
<i>Margem Líquida (%)</i>	<i>20,2%</i>	<i>22,7%</i>	<i>(2,5 p.p.)</i>	<i>14,0%</i>	<i>27,2%</i>	<i>(13,2 p.p.)</i>
Efeito Não Recorrente	-	14.862	na	-	(101.262)	na
Lucro Líquido Ajustado	93.182	107.515	-13,3%	146.672	216.989	-32,4%
<i>Margem Líquida Ajustada (%)</i>	<i>20,2%</i>	<i>26,4%</i>	<i>(6,2 p.p.)</i>	<i>14,0%</i>	<i>18,5%</i>	<i>(4,5 p.p.)</i>



- A Companhia registrou Lucro Líquido de R\$ 93,2 milhões no 4T20, 0,6% superior ao resultado do 4T19, em razão do desempenho operacional do período, que compensou o menor volume de correção monetária e o menor imposto diferido.
- Apresentamos Lucro Líquido Ajustado, para o desempenho do 4T19 e de 2019, excluindo o efeito não recorrente, referente às despesas do IPO, no total de R\$ 14,9 milhões, registrado no 4T19, bem como a exclusão do ganho total da ação de exclusão do ICMS da base de PIS/Cofins, no montante de R\$ 116,1 milhões, reconhecido no 2T19.

ENDIVIDAMENTO

Dívida Líquida (R\$ mil)	2020	9M20	Δ %	2019	Δ %
Empréstimos e Financiamentos	390.321	330.019	18,3%	270.354	44,4%
Curto Prazo	277.821	275.019	1,0%	190.934	45,5%
Longo Prazo	112.500	55.000	104,5%	79.420	41,7%
Caixa e Equivalentes de Caixa	701.921	612.245	14,6%	435.844	61,0%
Caixa Líquido	(311.600)	(282.226)	-10,4%	(165.490)	100,0%
EBITDA Ajustado LTM (últimos 12 meses)	216.319	197.779	9,4%	272.134	-100,0%
Caixa Líquido Ajustado/Ebitda Ajustado	- 1,4x	- 1,4x	na	0,6x	na



- ❖ No 4T20, o índice de endividamento total da Companhia foi de -1,4x, reflexo da geração de caixa operacional, bem como pela disciplina financeira que garantiu preservação dos recursos no período.
- ❖ O aumento no endividamento bruto de curto prazo é um efeito pontual, alinhado à estratégia de alongamento da dívida da Companhia.

INVESTIMENTOS - CAPEX

Investimentos (R\$ mil)	4T20	4T19	Δ %	2020	2019	Δ %
Capex Total	6.969	21.110	-67,0%	44.712	46.500	-3,8%
Novas lojas	3.633	6.971	-47,9%	24.815	16.516	50,2%
Reformas e Manutenção	1.659	8.242	-79,9%	8.357	14.597	-42,7%
Fábrica	1.271	2.287	-44,4%	3.490	6.633	-47,4%
Sistemas/TI	406	3.378	-88,0%	8.032	8.139	-1,3%
Outros	-	233	-100,0%	17	614	-97,2%
CAPEX/Receita Líquida (%)	1,5%	5,2%	(3,7 p.p.)	4,3%	4,0%	0,3 p.p.

- ❖ Os investimentos no trimestre totalizaram R\$ 7,0 milhões, -67,0% menor que os investimentos do mesmo período do ano anterior, principalmente, (i) pela revisão do plano de expansão de 2020, que reduziu a alocação de investimentos em novas lojas e reformas de lojas existentes; (ii) redução dos investimentos em sistemas e TI, que ficaram concentrados até setembro, como parte da estratégia de estruturação tecnológica para o período de sazonalidade de vendas.
- ❖ No 4T20, a Companhia inaugurou cinco (05) novas operações, sendo 02 lojas Vivara, 02 lojas Life e 01 quiosque e encerrou a atividade de uma (01) loja Vivara, no Aeroporto de Guarulhos, encerrando o período com 267 pontos de vendas, dos quais 208 são lojas Vivara, 13 lojas Life e 46 são quiosques.



Nova loja Life Shopping Anália Franco (SP)
Inaugurada em Dezembro



Nova loja Vivara Iguatemi Faria Lima
Reinaugurada em Novembro

GERAÇÃO DE CAIXA

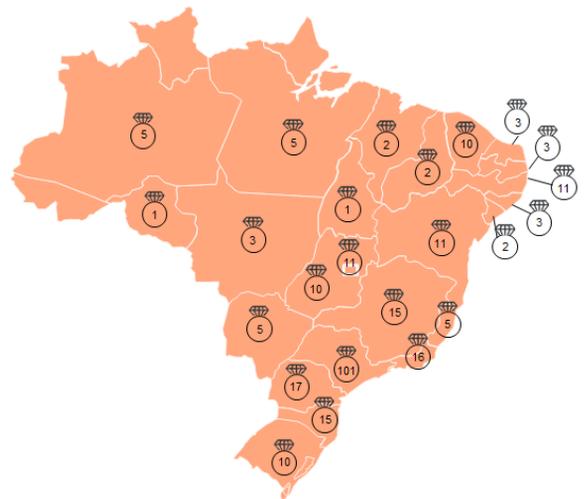
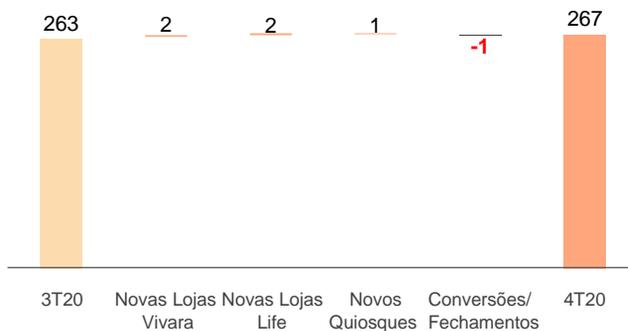
Geração de Caixa (R\$ mil)	4T20	4T19	Δ %	2020	2019	Δ %
Lucro Líquido	93.182	92.648	0,6%	146.672	318.251	-53,9%
(+/-) IR/CSLL e Outros Ajustes	29.914	(15.337)	295,0%	42.761	(148.543)	128,8%
Lucro Líquido Ajustado	123.096	77.311	59,2%	189.433	169.708	11,6%
Capital de Giro	(59.788)	(113.097)	-47,1%	50.120	(172.820)	129,0%
Contas a Receber	(183.810)	(239.521)	-23,3%	15.705	(212.308)	107,4%
Estoques	101	18.251	-99,4%	(18.593)	1.654	-1224,4%
Fornecedores	44.159	6.259	605,5%	16.777	(9.782)	271,5%
Impostos a Recuperar	9.223	(812)	1235,3%	38.305	(12.226)	413,3%
Obrigações Tributárias	67.989	44.465	52,9%	19.353	14.170	36,6%
Outros ativos e passivos	2.550	58.262	-95,6%	(21.426)	45.672	-146,9%
Caixa das Atividades Operacionais Gerencial	63.308	(35.786)	276,9%	239.553	(3.112)	7798,6%
Capex	(6.969)	(21.110)	-67,0%	(44.712)	(46.500)	-3,8%
Geração de Caixa Livre (5)	56.339	(56.896)	199,0%	194.842	(49.611)	492,7%

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

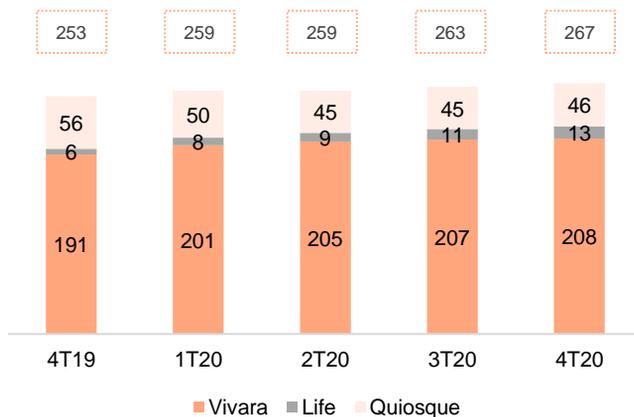
- 💎 A Vivara gerou R\$ 56,4 milhões de caixa livre no 4T20, 113,2 milhões acima do 4T19, principalmente pela menor alocação de capital de giro e menor volume de investimentos, se comparado ao 4T19.
- 💎 Além dos ajustes de IR&CSLL e outros itens não caixa, ajustamos o Lucro Líquido ao pagamento dos aluguéis, no montante de R\$ 5,2 milhões, no 4T20 e R\$ 18,1 milhões no 4T19, que após adoção do IFRS16, passaram a ser contabilizados na DFC como “Amortização de Arrendamentos Direito de Uso”, nas Atividade de Financiamento.

EXPANSÃO

EXPANSÃO 4T20



EVOLUÇÃO DA EXPANSÃO



Distribuição por região

Sudeste	53%
Sul	16%
Norte	5%
Nordeste	18%
Centro-oeste	11%



VIVARA

Relatório Anual

2020

2020 – Ano de Superação



+191,2% (vs 2019)

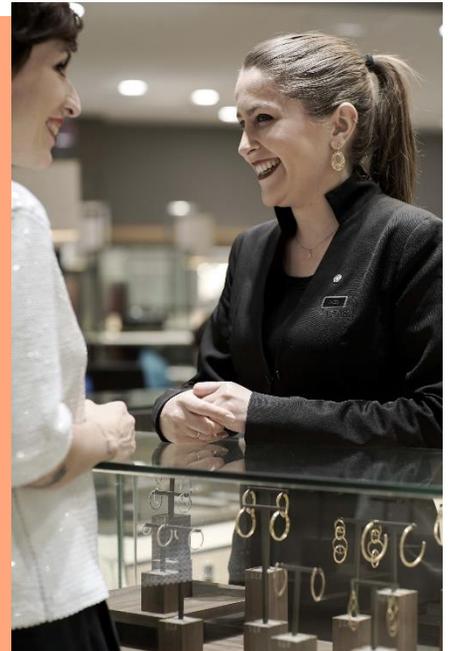
Recorde de Vendas Digitais

Atingimos **R\$ 309,4 milhões** em vendas digitais, como reflexo da maturação das iniciativas de “omnicanalidade” e avanços nos projetos digitais.

R\$ 596,6 milhões

Recorde de Receita em um único trimestre

Após o período mais crítico da pandemia, com a normalização gradual das nossas operações, no 4T20 atingimos o maior volume de vendas da história da Companhia em um único trimestre.



68,5%

Expansão de rentabilidade

A rígida gestão de custos e a adequada política de precificação garantiram expansão de **+0,4 p.p.** na Margem Bruta do ano, mesmo em um cenário de forte aumento de preços dos insumos.

2020 – Ano de Transformação



10 mil kits

Ações de enfrentamento à pandemia

Desde o início da pandemia estamos ajudando e fortalecendo essa corrente do bem. Por isso, distribuimos 10 mil kits de higiene pessoal, em parceria com a Cruz Vermelha Brasileira, para comunidades brasileiras, evitando a disseminação do Covid-19 em regiões de vulnerabilidade social.

+41%

de Novos Clientes na base de clientes ativos

Aumento de presença digital, expansão nos investimentos em marketing e adequada composição de estoques foram aspectos fundamentais para atingirmos essa importante marca de novos clientes.

R\$ 1,0 milhão

Doação Brazil Foundation

Assumimos nosso papel de referência no setor ao apoiar o enfrentamento da pandemia. Direcionamos R\$ 1,0 milhão para o fundo Luz Alliance criado pela Gisele Bündchen, embaixadora da nossa marca, em parceria com a Brazil Foundation, para apoio às comunidades vulneráveis a enfrentar este momento de crise.



NPS de 90

Excelência no Atendimento

Nossa missão de fascinar o cliente se reflete no NPS (*Net Promoted Score*) registrado no ano.

Mensagem da Administração

2020 – Das Incertezas às Transformações

- 💎 O ano de 2020 foi emblemático e ficará marcado, para nós da Vivara, como um ano de incertezas e transformações. Nesses 60 anos de história, esse talvez tenha sido o período mais desafiador que já vivemos. A tempestividade com que a pandemia surgiu e a baixa visibilidade de cenário e tempo de duração foram fatores que diferenciaram essa crise de outras já vividas.
- 💎 Diferente de outras turbulências, fomos pegos de surpresa. Não havia nenhum sinal evidente como em uma recessão. Não havia nenhum indicativo inerente ao negócio, nada. Em poucos dias nos deparamos com a pandemia, exigindo de nós uma tomada de decisão rápida, mas muito consciente e responsável.
- 💎 Igual a outros períodos turbulentos, o que sabíamos desde o início era que a retomada viria. Ao longo do ano sentimos a normalização gradual das operações, mês após mês. Foi mais rápido do que imaginávamos inicialmente, mas sabemos que ainda temos um longo caminho pela frente.
- 💎 Ainda em março, logo após o fechamento temporário das nossas operações, criamos um Comitê de Crise e iniciamos uma rotina de interações constantes focadas na busca por soluções para proteger a saúde e dar segurança a nossa comunidade de stakeholders, desde os colaboradores, clientes e parceiros, até os fornecedores.
- 💎 Junto ao comitê de crise, estruturamos nove frentes de trabalho: Caixa, Lojas, E-commerce, Indústria e fornecedores diretos, fornecedores indiretos, Pessoas, Comunicação, Expansão e Priorização de Projetos de TI. Através dessas frentes multidisciplinares direcionávamos toda a tomada de decisão de forma colegiada.
- 💎 Os times foram incansáveis, vimos nossos valores corporativos fortalecidos e funcionando como bases sólidas para que pudéssemos seguir superando desafios e entregando sempre mais do que o esperado.
- 💎 No meio de tantas incertezas, conseguimos entregar um ano de transformação. A pandemia serviu para repensarmos os processos e enxergarmos possibilidades diferentes. O resultado que estamos entregando hoje superou todas as nossas expectativas iniciais. Atingimos diversos recordes que só uma equipe inquieta e comprometida conseguiria entregar.
- 💎 Recorde de vendas em único trimestre, recorde de vendas digitais no ano, recorde de venda diária, em um cenário atípico, incerto e desconhecido. Transformamos o nosso negócio sem perder de vista as bases sólidas que nos trouxeram até aqui.
- 💎 A marca Vivara encerra 2020 ainda mais fortalecida, sendo referência em buscas online, marca destino para quem procura o melhor presente para marcar momentos especiais. Adequamos nossa comunicação às mudanças evidentes no comportamento do consumidor durante o isolamento social. Adotamos uma abordagem mais emocional nas nossas campanhas, buscando novas formas de interagir com nossos clientes. Falamos de propósito, bem estar, conexão com os próximos, tudo de uma forma muito sutil e focada em significado, que é exatamente o que a joia representa. Avançamos muito no uso de dados para nos comunicar, tornando nossa base de dados de clientes uma importante ferramenta de maximização de vendas.
- 💎 A nossa força de vendas de alta performance fez a diferença e cumpriu com excelência a missão de fascinar os clientes. Atuaram com foco em resultados, mesmo nos momentos mais críticos de lojas fechadas, através do projeto Joias em Ação, nossa iniciativa de vendas diretas.

Mensagem da Administração

- 💎 O modelo de negócio verticalizado nos permitiu proteger nossas margens e trabalhar o mix de produtos mais adequado para o momento. Ampliamos a internalização da produção da Life, ajustamos os estoques de forma rápida, ampliamos a cobertura do canal online para garantir a adequada composição de produtos em todas as categorias.
- 💎 Os resultados do ano, inevitavelmente, foram afetados pelo fechamento das lojas, mas com uma importante evolução mês após mês. Encerramos o ano com queda de -10,2% no faturamento, sendo que no último trimestre registramos crescimento de 14,4%, em relação ao 4T19, mesmo operando com restrição de fluxo em loja e horário de atendimento reduzido. Nossas vendas digitais cresceram de forma acelerada, com expansão de 191,2%, em relação ao ano anterior. Chegamos ao EBITDA Ajustado de R\$ 216,3 milhões, com margem de 20,7%, como resultado da expansão de rentabilidade bruta e o rígido controle de despesas.
- 💎 Considerando a incerteza do momento, no início da pandemia, revisamos nosso plano de expansão para o ano, reduzindo a previsão de novas aberturas de 50 para 21. Ao final do ano, entregamos 28 novas operações, reforçando nosso compromisso de ampliar a nossa presença nos principais shoppings do país, através da expansão orgânica dos canais Vivara e Life.
- 💎 Para 2021, retomaremos para a expansão orgânica mais acelerada, com a perspectiva de adicionar entre 40 e 50 novas lojas, de Vivara e Life. Temos um grande projeto de estruturação da marca Life em andamento, com novas iniciativas para aprimorar operação, treinamentos mais direcionados, estratégia renovada para produto e marketing, para alavancarmos a Life de forma estruturada. Além, é claro, da estratégia de “omnicanalidade”, que saiu de 2020 mais fortalecida e ganhou ainda mais relevância estratégica para 2021.
- 💎 Seguimos atentos aos desdobramentos relacionados à pandemia e diligentes na tomada de decisão. A Companhia vem adotando de forma contínua diversas medidas de prevenção para preservarmos a saúde dos colaboradores, fornecedores e parceiros, assim como a saúde de nosso negócio. Reforçamos, sobretudo, que, estamos mais preparados e fortalecidos do que estávamos quando tudo começou. Temos solidez financeira e alta liquidez, com recursos relevantes para as oportunidades de consolidação e para reforçar nossa posição de liderança de mercado.
- 💎 Em fevereiro de 2021, anunciamos a eleição do novo Diretor Presidente da Companhia, Paulo Kruglensky, em sucessão ao Marcio Kaufman, que passará a se dedicar, exclusivamente, ao Conselho de Administração.
- 💎 Agradecemos a todos os acionistas, colaboradores, fornecedores e clientes pela confiança em nossa Companhia.



Marcio Kaufman
Ex-CEO e Membro do
Conselho de Administração



Paulo Kruglensky
CEO

Medidas e Impactos da COVID-19

AGILIDADE E DILIGÊNCIA NA TOMADA DE DECISÕES



SINAIS MAIS CLAROS DE RETOMADA



Projeto Joias em Ação: Projeto de vendas diretas que permitiu o acesso remoto das vendedoras ao histórico de compra dos clientes e possibilitou abordagem proativa via telefone e/ou *Whatsapp*. O projeto ganhou novas funcionalidades ao longo dos meses e, hoje, permite tanto atendimento ativo, através da abordagem a clientes frequentes, quanto o atendimento receptivo, para clientes que demandam por consultoria online. Hoje temos mais de 1.600 vendedoras ativas, para replicar o atendimento humanizado da venda assistida também para o canal digital.



Integração de estoques: Com implantação do *Order Management System (OMS)*, integramos o estoque de 50 lojas, o que nos permitiu oferecer conveniência e mais rapidez nas entregas das vendas digitais.

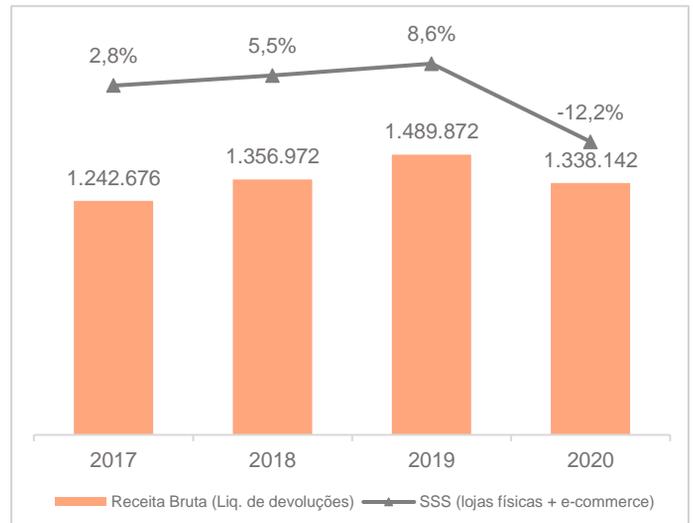


Marketing digital e data driven: Aprimoramos o uso de dados do histórico de compras dos clientes, sempre respeitando os princípios da Lei Geral de Proteção de Dados, (LGPD), para atuar de forma mais assertiva na comunicação, através da clusterização de clientes e mapeamento da jornada de compra.

Comentário de Desempenho Financeiro

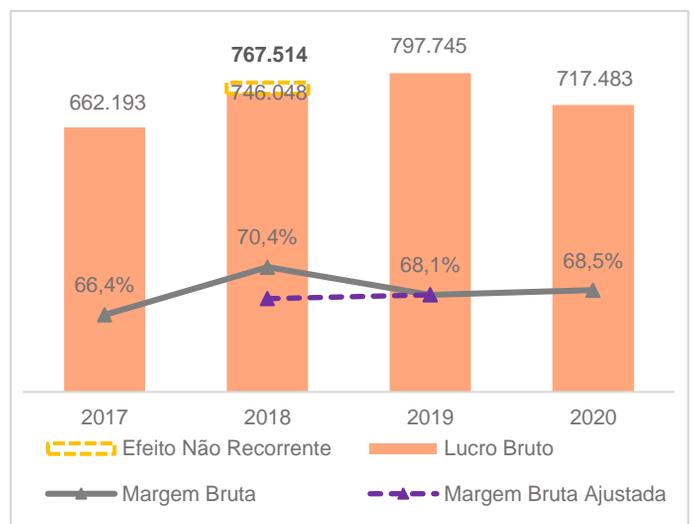
RECEITA

- A receita bruta, líquida de devoluções, da Companhia caiu -10,2% em 2020, em razão do fechamento das lojas ao longo do ano, devido a pandemia da COVID-19. A recuperação foi gradual, mês após mês, sendo que no último trimestre o crescimento foi de +14,4%.
- O destaque do ano foi a aceleração do desempenho das vendas digitais que atingiram R\$ 309,4 milhões no ano, um crescimento de 191,2%, em relação ao ano anterior, representando 23,1% da receita total. O SSS do período foi de -12,2%.
- O crescimento de 191,2% nas vendas digitais em 2020 foi impulsionado pelas iniciativas de “omnicanalidade”, principalmente, pelo projeto Joias em Ação, iniciativa de vendas diretas criada em abril, após o fechamento das lojas, que no ano representou 25,5% das vendas do canal digitais, ganhando relevância mês após mês.
- A receita líquida do período atingiu R\$ 1.047,6 milhão, -10,6% abaixo do ano anterior.



LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA

- O Lucro Bruto de 2020 totalizou R\$ 717,5 milhões, queda de -10,1% comparado ao mesmo período do ano anterior, com expansão de 0,4 p.p. na Margem Bruta, que atingiu 68,5%. A Margem Bruta registrada está alinhada aos patamares saudáveis de rentabilidade da Companhia, mesmo considerando um movimento mais intenso de Black Friday e o aumento sequencial do custo de insumos.
- A adequada composição de estoques em todas as categorias, combinada com a correta política de precificação, contribuiu para a rentabilidade atingida, demonstrando, mais uma vez, a capacidade da Companhia de gerir custos.



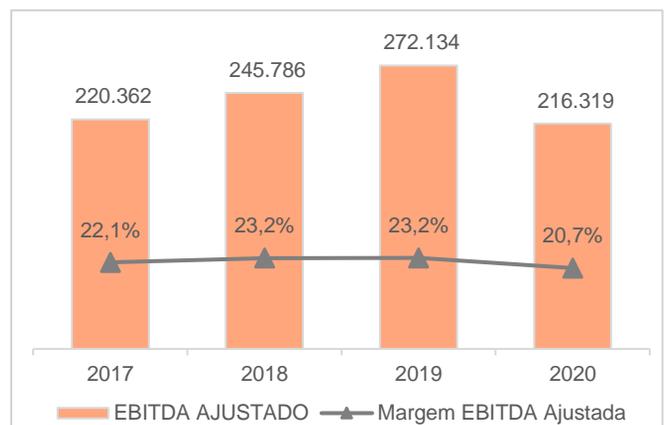
DESPEAS OPERACIONAIS

Despesas Operacionais (R\$ mil)	2020	2019	Δ %
Despesas Operacionais (SG&A)	(463.223)	(498.066)	-7,0%
% Receita Líquida	-44,2%	-42,5%	(1,7 p.p.)
Despesas com Vendas	(331.679)	(360.069)	-7,9%
% Receita Líquida	-31,7%	-30,7%	(0,9 p.p.)
Despesas Gerais e Administrativas	(131.544)	(137.997)	-4,7%
% Receita Líquida	-12,6%	-11,8%	(0,8 p.p.)
Outras Despesas (Receitas) Operacionais	6.567	107.442	-93,9%
Total de Despesas	(456.656)	(390.624)	16,9%

- Em 2020, as Despesas Operacionais (Vendas, Gerais e Administrativas – ex-depreciação) caíram -7,0% em relação ao ano anterior, considerando o reconhecimento de R\$ 14,9 milhões de despesas não recorrentes, referentes ao IPO, em 2019. Em bases comparáveis, as Despesas Operacionais de 2020 teriam sido -4,1% menores que em 2019.
- As Despesas com Vendas ficaram 7,9% menores que no ano anterior, principalmente, (i) pela adesão à Lei 14.020/2020, que permitiu a suspensão dos contratos das colaboradoras de lojas, durante todo o período em que as lojas estiveram fechadas, e redução de jornada após reabertura, com efeitos gradativamente menores até novembro/20, (ii) pelos descontos obtidos no aluguel das lojas e (iii) pela redução nas Despesas com Serviços de Terceiros, refletindo as readequações orçamentárias adotadas ao longo do ano. Em contrapartida às reduções mencionadas acima, registramos aumento nas Despesas com Frete e Tributos, reflexo da maior relevância das vendas digitais, bem como nas Despesas de Marketing, resultado do maior investimento em marketing digital.
- As Despesas Gerais e Administrativas caíram -4,7%, como resultado da despesa não recorrente de R\$ 14,9 milhões, reconhecida em 2019. Em bases comparáveis, as despesas teriam aumentado 6,8% principalmente, (i) pelo aumento das Despesas com Serviços de terceiros, pela contratação de consultorias voltadas para suportar a estratégia de da Companhia. As Despesas com Pessoal foram beneficiadas pela adesão à Lei 14.020/2020, que neutralizou, em parte, o aumento do quadro administrativo ocorrido no último ano, para reforço de áreas estratégicas e da estrutura de governança corporativa.
- Outras receitas (despesas) operacionais líquidas em 2020 totalizaram R\$ 6,6 milhões, comparativamente a R\$ 107,4 milhões em 2019, em razão do reconhecimento dos créditos de PIS e COFINS, referente à habilitação do crédito protocolada na Receita Federal em maio de 2019. O montante equivalente ao principal foi de R\$ 103,7 milhões.

EBITDA AJUSTADO

- O EBITDA Ajustado atingiu R\$ 216,4 milhões, -20,5% inferior ao ano anterior, reflexo do fechamento das operações, principalmente, no segundo e terceiro trimestre. O impacto de fechamento foi, em parte, neutralizado pelo rígido controle de despesas e da proteção da Margem Bruta.
- Desta forma, a Margem EBITDA Ajustada de 2020 atingiu 20,7%.



RESULTADO FINANCEIRO

- ♦ O Resultado Financeiro líquido do ano 2020 foi de -R\$ 41,5 milhões comparativamente a -R\$ 2,5 milhões em 2019, como resultado da menor receita financeira gerada pela correção monetária dos créditos tributários da bitributação do ICMS, na base de cálculo do PIS/COFINS.

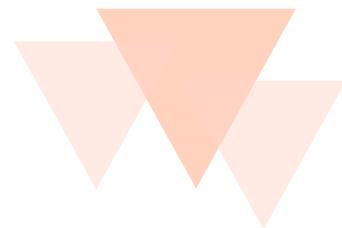
IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL

- ♦ Imposto de renda e contribuição social do ano foi de R\$ -16,9 milhões comparativamente a R\$ -40,9 milhões em 2019. A alíquota efetiva de 10,3% em 2020 foi beneficiada pela declaração de Juros sobre Capital Próprio (JCP) no montante de R\$ 25,0 milhões, bem como pelo menor imposto corrente.

LUCRO LÍQUIDO

Reconciliação do Lucro Líquido Ajustado (R\$ mil)	2020	2019	Δ %
Lucro Líquido	146.672	318.251	-53,9%
<i>Margem Líquida (%)</i>	<i>14,0%</i>	<i>27,2%</i>	<i>(13,2 p.p.)</i>
Efeito Não Recorrente	-	(101.262)	na
Lucro Líquido Ajustado	146.672	216.989	-32,4%
<i>Margem Líquida Ajustada (%)</i>	<i>14,0%</i>	<i>18,5%</i>	<i>(4,5 p.p.)</i>

- (1) Lucro Líquido Ajustado é uma medida não contábil e não faz parte do escopo da auditoria. A medida foi utilizada pela Companhia para melhor comparabilidade dos períodos analisados. Para tal medição, a Companhia excluiu o efeito não recorrente referente a ação do ICMS na base de PIS/Cofins e o efeito não-recorrentes de despesas do IPO, líquidos de impostos.
- ♦ O resultado do ano foi afetado pelo fechamento das operações, mas reflete a gradual recuperação, principalmente a partir de agosto. O esforço contínuo na contenção de despesas, bem como as iniciativas de “omnicanalidade” foram fundamentais para a neutralização dos impactos.
 - ♦ Assim, a Companhia atingiu Lucro Líquido de R\$ 146,7 milhões em 2020, queda de 32,4% em relação ao ano anterior. Em bases comparáveis, para o desempenho do ano em 2019, excluímos os efeitos não recorrentes, referente (i) às despesas do IPO, no 4T19, e (ii) ao ganho total da ação de exclusão do ICMS da base de PIS/Cofins, ambos líquidos de impostos, somando R\$ 101,3 milhões.



Pessoas

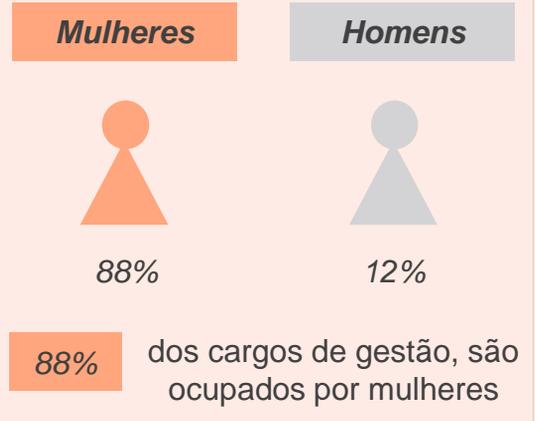
- A Vivara tem como propósito *“Tornar cada história única e especial”* e isso inclui as histórias das pessoas que nos ajudam, diariamente, a construir nossa trajetória de sucesso.
- Com a pandemia da COVID-19, o cuidado com as equipes ganhou a prioridade no fluxo de decisões. Em março de 2020, fechamos todas as lojas físicas, mesmo nos shoppings com operação normal, para preservar a saúde dos nossos colaboradores. Nossa equipe da área administrativa passou a trabalhar em regime de home office, a fábrica foi fechada temporariamente e o time de logística manteve o seu trabalho com todos os rigorosos protocolos de segurança e higiene. Para preservar os empregos, fomos a primeira empresa do segmento de varejo a concluir as negociações com os sindicatos para utilizar os benefícios da Lei 14.020/2020, que nos permitiu redução de jornada e suspensão de contratos.
- Em 2020, não medimos esforços para trazer o time para perto, mesmo de longe. Para manter a transparência e o diálogo constante, realizamos 68 palestras virtuais, enviamos mais de 230 comunicados e informativos internos, com uma média de 23 comunicados por mês, e inúmeras ações de endomarketing.
- Nossos treinamentos não pararam e foram realizados de forma virtual e dinâmica, através de Webinar e lives. Tivemos 3.220 usuários ativos em nossa plataforma de treinamentos, com volume de treinamento de 68 horas por colaborador e 167 conteúdos.



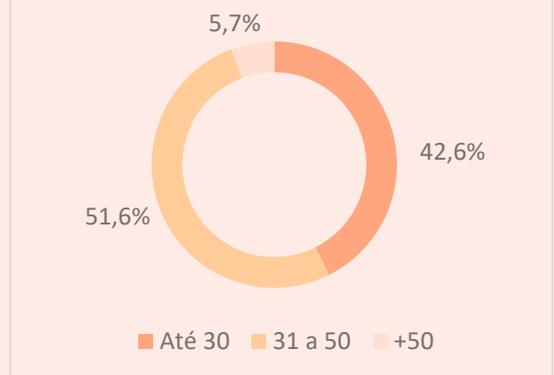
- Na nossa tradicional Convenção Anual de Vendas, conectamos mais de 2.000 pessoas, em dois dias de evento, para comemorar os resultados que entregamos até aquele momento e nos preparar para o final do ano.

Nossos Colaboradores

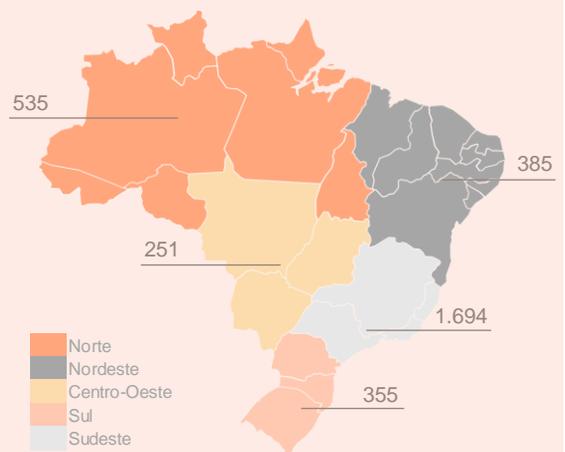
Perfil por Gênero



Faixa Etária



Por região



Visão de Futuro - ESG

- Desde a fundação, em 1962, responsabilidade e integridade são atributos inegociáveis em nossas operações. Construímos essa história em parceria com a nossa cadeia de fornecimento, colaboradores, clientes e parceiros, pautados sempre por manter a seriedade e a transparência em todas as relações.
- Neste sentido, buscando direcionar melhor nossos esforços, em 2020 concretizamos a criação da área de Sustentabilidade e iniciamos um trabalho de estruturação da estratégia de sustentabilidade e construção da nossa agenda ESG.



PARA A VIVARA SUSTENTABILIDADE É:

Agregar valor e ser exemplo para as gerações futuras através da integridade e da confiança nas relações, o cuidado com as pessoas e a preservação do meio ambiente nas nossas atividades e decisões diárias.

2020

- Iniciamos o trabalho de auditoria em fornecedores diretos, como o primeiro passo para atingirmos a meta de chegarmos a 100% dos fornecedores auditados. Para 2021 estamos trabalhando na estruturação de um programa com foco no desenvolvimento da nossa cadeia produtiva, e na melhoria contínua na implementação de melhores práticas sociais e ambientais.
- Publicamos nosso Código de Conduta de Fornecedores e compartilhamos com nossa cadeia produtiva, através da ciência e adesão aos nossos princípios.

NOSSO PLANETA



2020

- Estruturamos um Comitê de Crise para atuar de forma ágil na tomada de decisão e enfrentamento ao COVID, que entre os objetivos está à disseminação de melhores práticas em nossas operações e cuidado com a saúde e segurança dos nossos stakeholders.
- Ainda, diante do contexto da pandemia, e aumento do número de casos de Covid-19 no país, realizamos a doação de R\$ 1,0 milhão para o fundo Luz Alliance criado por Gisele Bündchen, embaixadora da nossa marca, em parceria com a Brazil Foundation, organização pioneira em filantropia no Brasil. Os projetos beneficiados pelo fundo distribuíram cestas básicas, kits de higiene e refeições para comunidade vulneráveis.
- Distribuímos 10 mil kits higiene pessoal, em parceria com a Cruz Vermelha Brasileira, para comunidades brasileiras, evitando a disseminação do Covid-19 em regiões de vulnerabilidade social.

NOSSA COMUNIDADE



2020

- Como forma de acelerar a agenda de Sustentabilidade e permear os assuntos nas diferentes áreas, incorporamos os objetivos de Sustentabilidade em nossas metas estratégicas, atrelando o resultado dos projetos, ao bônus de gestores e executivos de diferentes áreas. Tivemos um resultado bastante satisfatório e atingimos 82% nas entregas propostas para o ano.
- Nos dedicamos às questões de sustentabilidade e nos tornamos signatários do Pacto Global das Nações Unidas e dos Princípios de Empoderamento Feminino da ONU Mulheres. Somos a única joalheria brasileira membro do Responsible Jewellery Council, organização mundial que busca difundir as melhores práticas sustentáveis entre empresas do setor.
- Aprovamos a Política Interna de Lavagem de Dinheiro e Combate ao Terrorismo para estabelecer diretrizes e atender às normas e regulamentos vigentes relacionados à prevenção e combate aos crimes de lavagem de dinheiro e financiamento ao terrorismo.

NOSSO COMPROMISSO



Mercado de Capitais

- Em 2020 a Vivara completou um ano de listagem, com as ações negociadas na B3 – Brasil, Bolsa, Balcão, sob o código VIVA3. No ano, mesmo com a pandemia da Covid-19 e seus impactos no mercado de capitais, as ações VIVA3 valorizaram 1,3% (ajustada por eventos societários), enquanto o Ibovespa teve uma valorização de 0,4%, atingindo valor de mercado de R\$ 6,9 bilhões, em 30 de dezembro. O volume financeiro médio diário de negociação das ações da Vivara foi de R\$ 38,01 milhões em 2020.
- As ações da Vivara passaram a integrar mais cinco índices em 2020, totalizando oito índices B3, sendo eles: IBRA (Índice Brasil Amplo), ICON (Índice de Consumo), IGCT (Índice de Governança Corporativa Trade), IGCX (Índice Governança Corporativa), IGMN (Índice de Ações com Governança Corporativa Novo Mercado), INDX (Índice Industrial), ITAG (Índice de Ações com Tag Along Diferenciado) e SMLL (Índice Small Cap).
- O número de acionistas da Companhia teve um aumento de 56,8%, saindo de 31,3 mil, em dezembro de 2019, para 55,8 mil, em 2020, principalmente de pessoas físicas.



- Em dezembro de 2020, a Vivara aprovou, em Conselho de Administração, a declaração de Juros sobre Capital Próprio, no montante de R\$ 25,0 milhões.

Governança Corporativa

- ♦ A Vivara tem suas ações, negociadas sob o código VIVA3, listadas no Novo Mercado da B3 – Brasil, Bolsa, Balcão, o mais alto nível de governança corporativa da bolsa.
- ♦ O Conselho de Administração é composto por 5 membros, sendo 80% independentes. A definição da composição do Conselho levou em consideração a diversidade de experiências e complementariedade de qualificações, para que o órgão contemple as competências necessárias para execução do plano estratégico desenhado para os próximos anos.
- ♦ Em novembro de 2020, o Conselho de Administração nomeou para o cargo de Vice-Presidente, a Sra. Sylvia de Souza Leão Wanderley, ampliando, assim, para 40% a presença feminina no Conselho de Administração.



- ♦ A Companhia possui também 2 comitês de apoio e monitoramento – Comitê de Auditoria, Riscos e Finanças e Comitê de Pessoas, Cultura e Governança. A função principal dos comitês é propiciar ao Conselho de Administração os elementos e subsídios necessários ao processo decisório e de apoiar a Diretoria nas políticas aprovadas pelo seu Conselho de Administração. As atividades operacionais são conduzidas pela Diretoria Estatutária, seguindo as orientações estabelecidas pelo Conselho de Administração e tendo o suporte de alguns Comitês de Gestão para a tomada de decisões.

Perspectivas

- 💎 **2021** – O ano começou ainda com desafios relacionados à pandemia, com aumento nas medidas de isolamento e fechamento de shoppings em praças importantes para a operação. Atualmente, estamos com 175 pontos de vendas fechados, operando apenas nas modalidades de *drive-thru* e *delivery*, quando permitido. O e-commerce segue contribuindo para neutralizar, em parte, o efeito dos fechamentos, com crescimento de +200%, em relação ao ano passado. Janeiro e fevereiro foram meses de crescimento de receita e SSS positivo, considerando lojas e vendas digitais. A fábrica, localizada em Manaus, está operando com 100% da capacidade para garantir a boa composição de estoques para a retomada da operação. As incertezas do curto-prazo não mudam a visão de futuro da companhia. Seguimos confiantes na capacidade da Vivara de consolidar sua posição de liderança no mercado, através do ganho recorrente de *market share*.
- 💎 **Gestão de Custos de produção** – A Companhia segue focada nas iniciativas para neutralizar, mesmo que em parte, o efeito do aumento do preço do ouro e da prata, que se intensificou desde o início de 2020. Assim, como já registrado nos resultados ao longo de 2020, a Companhia mantém a estratégia de repasse gradual de preço e desenvolvimento de produtos que combinem apelo comercial e preservação de rentabilidade. O modelo de negócios verticalizado é um fator determinante na competitividade da Vivara frente à concorrência. O aumento frequente da internalização da produção e aprimoramento da tecnologia de produção, possibilitam melhor gestão de custos, desde a concepção do produto.
- 💎 **Plano de expansão** – Após revisão do plano de expansão para 2020, em razão das incertezas trazidas pela pandemia, a Companhia retoma os planos de aceleração a partir de 2021, planejando a abertura de **40 a 50 novas lojas**, das marcas Vivara e Life. Para a estratégia de longo prazo, a Companhia mantém seu compromisso de ampliar sua presença nos principais shoppings do país, através da expansão orgânica dos seus canais.
- 💎 **Alteração na Diretoria Executiva** – No dia 04 de fevereiro, o Conselho de Administração aprovou a eleição do Sr. Paulo Kruglensky como novo Diretor Presidente da Companhia, após a renúncia apresentada pelo Sr. Márcio Monteiro Kaufman. Márcio ocupava a posição de CEO do Grupo Vivara há mais de 10 anos e, a partir de então, seguirá contribuindo para o sucesso da Companhia como membro do Conselho de Administração. Paulo, eleito como Diretor Presidente, já atuava como Vice-Presidente de Operações da Companhia, função que passou a acumular junto com o novo cargo. Assim como Márcio, ele também é acionista integrante do bloco de controle e detém amplo conhecimento dos negócios.



DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO

DRE (R\$ mil)	4T20	4T19*	Δ %	2020	2019*	Δ %
Receita Bruta de Vendas de Mercadorias	680.172	600.758	13,2%	1.573.485	1.783.855	-11,8%
Receita Bruta de Serviços	1.197	1.696	-29,4%	3.904	6.761	-42,3%
Deduções da Receita Bruta	(135.517)	(114.293)	18,6%	(290.595)	(318.512)	-8,8%
Trocas e devoluções	(84.816)	(80.882)	4,9%	(239.247)	(300.744)	-20,4%
Receita Líquida	461.037	407.279	13,2%	1.047.547	1.171.360	-10,6%
(-) Custos dos Produtos Vendidos e serviços prestados	(142.074)	(110.964)	28,0%	(327.540)	(372.166)	-12,0%
(-) Depreciações e Amortizações	(761)	(1.449)	na	(2.524)	(1.449)	na
(=) Lucro Bruto	318.203	294.866	7,9%	717.483	797.745	-10,1%
(-) Despesas Operacionais	(187.252)	(187.294)	0,0%	(512.405)	(436.119)	17,5%
Vendas	(121.992)	(116.314)	4,9%	(331.679)	(360.069)	-7,9%
Pessoal	(59.960)	(56.183)	6,7%	(158.850)	(175.324)	-9,4%
Aluguéis e condomínios	(8.833)	(12.521)	-29,5%	(35.268)	(47.860)	-26,3%
Descontos sobre arrendamentos	3.008	-	na	16.491	-	na
Frete	(8.294)	(5.859)	41,6%	(26.541)	(20.613)	28,8%
Comissão sobre Cartões	(10.808)	(8.448)	27,9%	(22.155)	(25.530)	-13,2%
Serviços de Terceiros	(2.655)	(3.810)	-30,3%	(9.917)	(11.711)	-15,3%
Despesas com Marketing	(26.548)	(22.863)	16,1%	(63.629)	(54.317)	17,1%
Outras despesas com vendas	(7.901)	(6.630)	19,2%	(31.810)	(24.715)	28,7%
Gerais e Administrativas	(46.966)	(57.225)	-17,9%	(131.544)	(137.997)	-4,7%
Pessoal	(16.917)	(35.935)	-52,9%	(55.685)	(72.376)	-23,1%
Aluguéis e condomínios	(224)	219	-202,2%	(728)	(390)	86,7%
Serviços de Terceiros	(18.049)	(11.238)	60,6%	(49.241)	(35.238)	39,7%
Outras Despesas Gerais e Administrativas	(11.775)	(10.271)	14,6%	(25.890)	(29.993)	-13,7%
Depreciações e Amortizações	(14.119)	(13.000)	8,6%	(55.749)	(45.495)	22,5%
Resultado de Equivalência Patrimonial	-	0	-100,0%	-	(247)	-100,0%
Outros Despesas (Receitas) Operacionais	(4.175)	(755)	-453,1%	6.567	107.690	-93,9%
(=) Lucro (Prejuízo) Antes das Financeiras	130.951	107.572	21,7%	205.079	361.626	-43,3%
(=) Resultado Financeiro	(8.921)	(6.417)	39,0%	(41.542)	(2.461)	-1588,2%
Receitas Financeiras Líquidas	4.514	6.751	-33,1%	23.632	66.780	-64,6%
Despesas Financeiras Líquidas	(13.435)	(13.168)	2,0%	(65.174)	(69.241)	-5,9%
(=) Lucro Operacional	122.030	101.155	20,6%	163.537	359.165	-54,5%
Imposto de Renda e Contribuição Social	(28.848)	(8.506)	239,2%	(16.865)	(40.914)	-58,8%
(=) Lucro Líquido	93.182	92.649	0,6%	146.672	318.251	-53,9%

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

BALANÇO PATRIMONIAL

Balanço Patrimonial (R\$ mil)	2020	2019
CIRCULANTE		
Caixa e equivalentes de caixa	477.319	435.844
Títulos e valores mobiliários	59.725	-
Contas a receber	410.263	425.833
Contas a receber partes relacionadas	-	-
Estoques	365.184	348.034
Impostos a recuperar	101.034	95.247
Despesas pagas antecipadamente e outros créditos	3.262	7.669
Instrumentos derivativos ativo	11.767	6.796
Total do ativo circulante	1.428.554	1.319.425
NÃO CIRCULANTE		
Títulos e valores mobiliários LP	164.876	-
Depósitos judiciais	13.457	13.680
Imposto de renda e contribuição social diferidos	67.831	54.200
Instrumentos derivativos ativo	-	2.715
Impostos a recuperar	116.090	168.344
Investimentos	-	-
Imobilizado	340.907	311.620
Intangível	8.981	9.546
Total do ativo não circulante	712.142	560.104
ATIVO TOTAL	2.140.697	1.879.529
CIRCULANTE		
Fornecedores	53.198	36.421
Empréstimos e financiamentos	277.821	190.934
Partes relacionadas	-	88
Obrigações trabalhistas e previdenciárias	49.922	65.175
Obrigações tributárias	92.177	86.778
Parcelamento de tributos	327	457
Arrendamentos a pagar	10.367	14.856
Arrendamentos direito de uso a pagar	39.955	24.119
Juros sobre capital próprio a pagar	22.353	8.124
Dividendos a pagar	12.482	-
Outras obrigações	30.441	31.862
Total do passivo circulante	589.043	458.813
NÃO CIRCULANTE		
Obrigações trabalhistas e previdenciárias	6.954	9.193
Empréstimos e financiamentos	112.500	79.420
Parcelamento de tributos	815	1.865
Provisão para riscos cíveis, trabalhistas e tributários	24.636	15.234
Arrendamentos direito de uso a pagar	235.273	225.281
Total do passivo não circulante	380.178	330.992
PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
Capital social	1.105.381	1.052.340
Reservas de lucros	119.136	37.384
Prejuízos acumulados	0	-
Reservas de Capital	(53.041)	-
Total do patrimônio líquido	1.171.476	1.089.724
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	2.140.697	1.879.529

FLUXO DE CAIXA

Fluxo de Caixa (R\$ mil)	4T20	4T19*	Δ %	2020	2019*	Δ %
Lucro Líquido	93.182	92.648	0,6%	146.672	318.251	-53,9%
Ajustes do Lucro Líquido	45.049	28.478	58,2%	99.621	(34.520)	388,6%
Lucro Líquido Ajustado	138.231	121.126	14,1%	246.294	283.730	-13,2%
Variação nos ativos e passivos operacionais:						
Contas a receber	(183.810)	(239.521)	23,3%	15.705	(212.308)	107,4%
Estoques	101	18.251	-99,4%	(18.593)	1.654	-1224,4%
Fornecedores	44.159	6.259	605,5%	16.777	(9.782)	271,5%
Impostos a Recuperar	9.223	(812)	1235,3%	38.305	(12.226)	413,3%
Obrigações Tributárias	67.989	44.465	52,9%	19.353	14.170	36,6%
Outros ativos e passivos	2.550	58.262	-95,6%	(21.426)	45.672	-146,9%
Caixa das atividades operacionais	78.443	8.029	877,0%	296.413	110.910	167,3%
Imposto de Renda e Contribuição Social	(7.950)	(22.627)	64,9%	(17.077)	(48.823)	65,0%
Juros pagos de empréstimos e financiamentos	(1.731)	(3.135)	44,8%	(9.241)	(17.560)	47,4%
Juros pagos de arrendamentos de direito de uso	(1.454)	-	na	(18.002)	-	na
Caixa líquido das atividades operacionais	67.308	(17.733)	479,6%	252.093	44.528	466,1%
Imobilizado	(7.067)	(20.295)	65,2%	(40.782)	(29.309)	-39,1%
Intangível	97	(815)	111,9%	(3.929)	(5.582)	29,6%
Outros	(131.771)	11.161	-1280,6%	(224.601)	2.461	na
Caixa das atividades de Investimentos	(138.740)	(9.949)	-1294,5%	(269.313)	(32.430)	-730,5%
Dividendos e JCP	(35.563)	-	-	(35.563)	-	-
Empréstimos e financiamentos	68.900	(8.094)	951,2%	85.185	49.447	72,3%
Arrendamento do Direito de Uso	(4.001)	(18.053)	77,8%	(12.540)	(47.640)	73,7%
Outros	-	401.970	-100,0%	21.612	337.158	-93,6%
Caixa das atividades de financiamento	29.336	375.823	-92,2%	58.695	338.966	-82,7%
AUMENTO (REDUÇÃO) DE CAIXA E EQUIVALENTE DE CAIXA	(42.095)	348.141	-112,1%	41.475	351.064	-88,2%
Saldo Inicial de caixa e equivalente de caixa	519.414	87.704	492,2%	435.844	84.781	414,1%
Saldo final de caixa e equivalente de caixa	477.319	435.844	9,5%	477.319	435.844	9,5%

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

MEDIÇÕES NÃO CONTÁBEIS

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

AVISO LEGAL

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

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

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

RELAÇÕES COM INVESTIDORES

Otavio Lyra – Diretor Financeiro e de Relações com Investidores

Melina Rodrigues – Gerente Executiva de RI

Andressa Nunes – Analista de RI

E-mail: ri@vivara.com.br

Tel.: 11 3896-2736 /11 3896-2721

VIDEOCONFERÊNCIA DE RESULTADOS

Quinta-feira, 18 de março de 2021

Português

Horário: 10h00 (Horário de Brasília)

Dados de Conexão

<https://choruscall.com.br/vivara/4t20.htm>

Inglês

Horário: 9h00 (Horário de Nova York)

Dados para conexão

<https://choruscall.com.br/vivara/4q20.htm>



VIVARA

