



VIVARA

Release de Resultados

Primeiro Trimestre de 2021

São Paulo, 14 de maio de 2021 - A Vivara Participações S.A. (B3: VIVA3), a maior rede de joalherias do Brasil, divulga os resultados do 1º trimestre de 2021. Todas as análises aqui apresentadas trazem uma comparação com o mesmo trimestre do ano anterior, exceto quando mencionado.

DESTAQUES DO TRIMESTRE

◆ Crescimento de **5,6%** da Receita Líquida, atingindo **R\$ 217,7 milhões**.

◆ Expansão de **2,5%** nas vendas em mesmas lojas (SSS).

◆ Contínuo crescimento de **160,2%** nas Vendas Digitais, em relação ao 1T20, representando **21,4%** do faturamento do 1T21.

◆ Consolidação do Projeto Joias em Ação, que registrou **36,6%** de participação nas vendas digitais do 1T21.

◆ O **Lucro Bruto** da Companhia somou **R\$ 142,7 milhões**, com **Margem Bruta** de **65,5%**.

◆ No trimestre, o **EBITDA Ajustado⁽¹⁾** totalizou **R\$ 10,5 milhões**.

◆ Lançamento do **Relatório de Sustentabilidade** da Companhia, em abril.



DESTAQUES FINANCEIROS

Principais Indicadores Financeiros (R\$ mil)	1T21	1T20	Δ %
Receita Bruta (liq. de devoluções)	273.328	263.829	3,6%
Receita Líquida	217.730	206.231	5,6%
Lucro bruto	142.693	137.075	4,1%
<i>Margem Bruta (%)</i>	65,5%	66,5%	(0,9 p.p.)
EBITDA	24.999	41.422	-39,6%
<i>Margem Ebitda (%)</i>	11,5%	20,1%	(8,6 p.p.)
EBITDA Ajustado⁽¹⁾	10.495	29.953	-65,0%
<i>Margem Ebitda Ajustada (%)</i>	4,8%	14,5%	(9,7 p.p.)
Lucro Líquido	3.913	19.011	-79,4%
<i>Margem Liquida (%)</i>	1,8%	9,2%	(7,4 p.p.)
SSS⁽²⁾ (lojas físicas + e-commerce)	2,5%	-7,4%	na
Geração de Caixa Operacional⁽⁴⁾	16.017	32.872	-51,3%

(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 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. Para melhor comparabilidade, consideramos como "Aluguel Fixo" o montante de R\$12,8 milhões, referente ao arrendamento por competência, e também o estorno de R\$1,7 milhão, referente aos Descontos Obtidos que já estão contemplados no EBITDA Contábil.

(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 e excluir fechamento permanente de lojas.

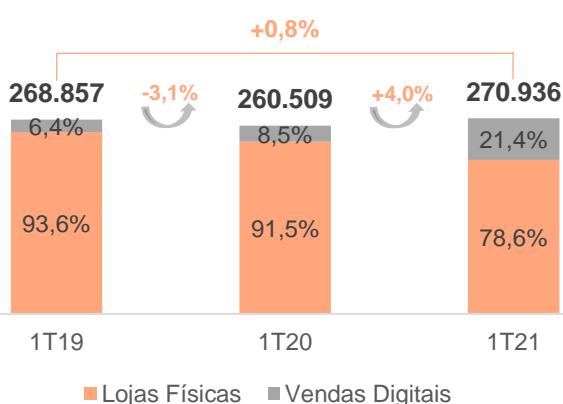
(3) Medição gerencial, não contábil, elaborada pela Companhia, e não é parte integrante do escopo de trabalho da auditoria independente.

RECEITA BRUTA (Liq. Dev.)

- ◆ A receita bruta, líquida de devoluções, cresceu 3,6% no trimestre, na comparação com o mesmo período do ano anterior. Ao longo do trimestre, a operação das lojas físicas foi, materialmente, impactada pelo fechamento dos principais shoppings do país. A Companhia encerrou o trimestre com 80% das lojas físicas fechadas, como efeito das medidas de restrição adotadas para enfrentamento à pandemia da Covid-19. No 1T21, as lojas físicas operaram 66,3% do total de horas possíveis para a operação, já no 1T20 foram 85,3% das horas.
- ◆ A receita líquida apresentou uma expansão de 5,6%, na comparação dos períodos. O menor nível de dedução deveu-se, principalmente, ao maior volume de internalização da produção na fábrica de Manaus no 1T21, comparado ao 1T20, bem como, pela menor alíquota de ICMS da produção de relógios, pelo aumento do benefício fiscal do período.

Receita por canal (R\$ mil)	1T21	1T20	Δ %
Receita Bruta (Liq. de devoluções)	273.328	263.829	3,6%
Lojas Físicas	213.007	238.249	-10,6%
Vendas Digitais	57.930	22.260	160,2%
Outros	2.392	3.321	-28,0%
Deduções	(55.598)	(57.598)	-3,5%
Receita Líquida	217.730	206.231	5,6%
SSS (lojas físicas + e-commerce)	2,5%	-7,4%	na

Evolução das vendas^(*)

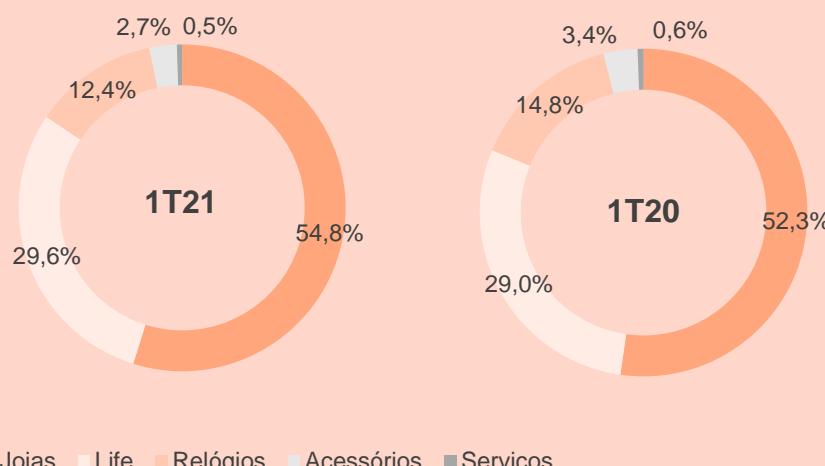


(*) Considera apenas receita de venda de mercadoria das lojas e canais digitais

◆ Vale destacar que a receita do 1T21 está nos mesmos níveis pré-pandemia (1T19), principalmente, pela mudança na representatividade das vendas digitais nos últimos 2 anos. No 1T19, as vendas online representavam 6,4% das vendas totais, já no 1T21, atingiram 21,4% de penetração. O novo patamar de vendas digitais reflete a maturação das iniciativas de maximização de vendas dos canais online, bem como a efetividade dos projetos estruturais para reforço da estratégia de omnicanalidade.

◆ Em relação ao mix de vendas do período, o destaque foi a categoria de Joias que ganhou 2,6 p.p. de participação nas vendas, seguida por Life que ganhou 0,6 p.p., na comparação com o 1T20.

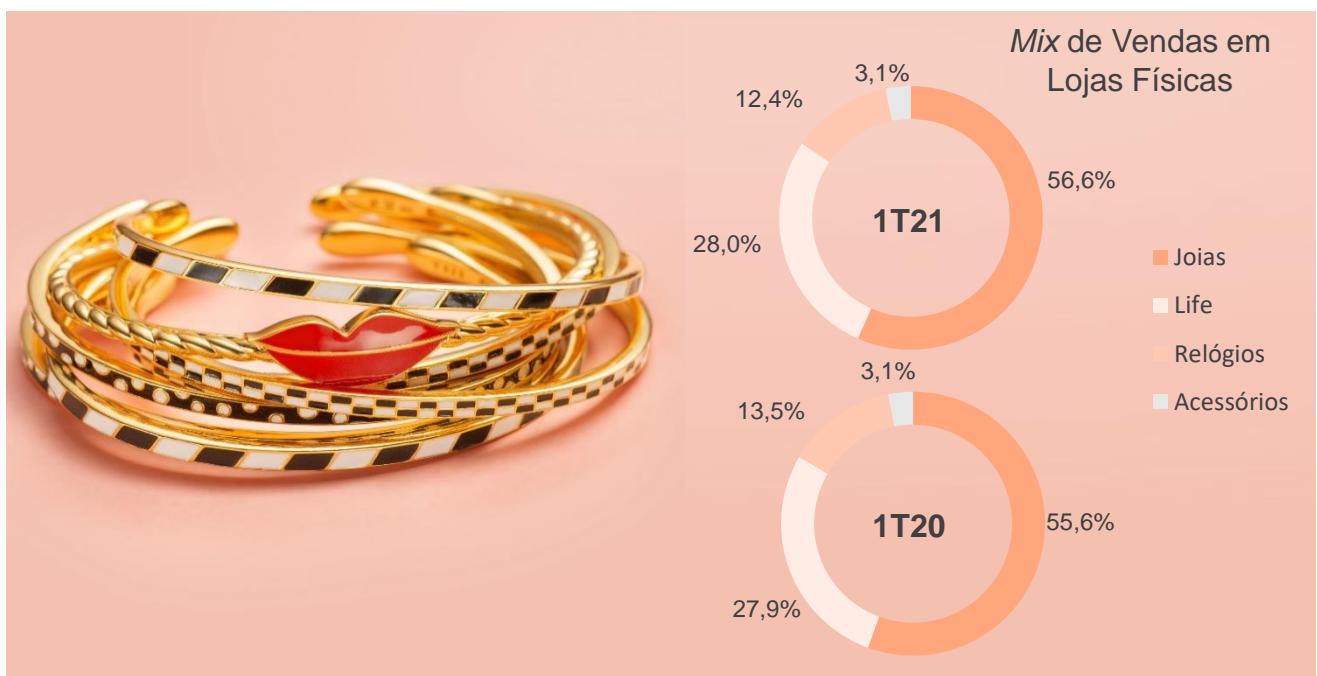
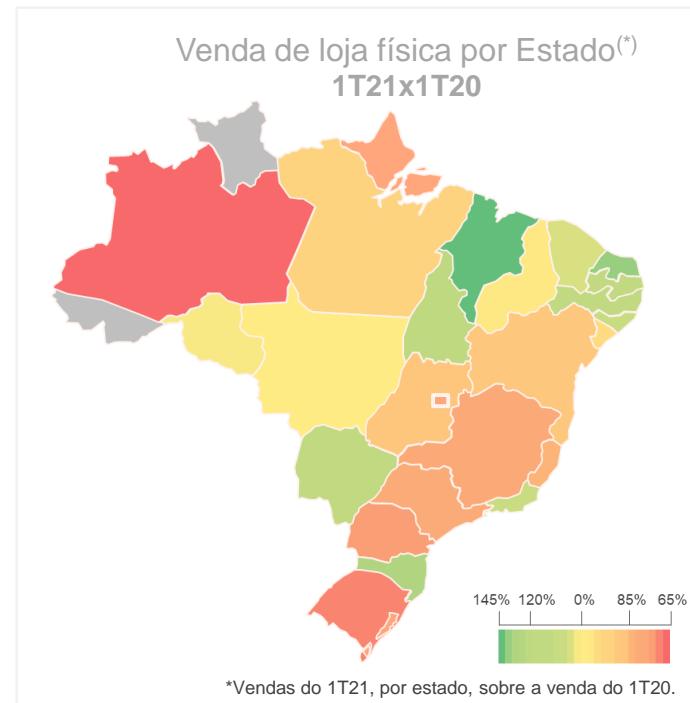
VENDA POR CATEGORIA



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

VENDAS EM LOJAS FÍSICAS

- ❖ No 1T21, a Companhia registrou uma retração de 10,6% nas vendas das lojas físicas, em razão do aumento das medidas de isolamento e fechamento das operações nas principais praças. A receita de lojas físicas representaram 77,9% da receita total no 1T21, já no 1T20, as lojas foram responsáveis por 90,3% das vendas. O SSS, considerando apenas lojas físicas, foi de -12,5%, no trimestre.
- ❖ Para efeito de comparabilidade, ao longo do 1T20 os pontos de vendas físicos operaram por 197,4 mil horas, 85,3% de horas de operação, enquanto que no 1T21 foram 153,3 mil horas, ou 66,3%. Mesmo com a redução de 22,3% no total de horas possíveis para operação, a companhia, através da integração dos canais físicos e online, entregou crescimento de receita e SSS consolidada.
- ❖ Analisando as vendas em lojas físicas por estado, tem-se como os estados mais impactados pelas restrições: Amazonas, Rio Grande do Sul e Paraná, com queda de mais de 20% em relação ao 1T20, seguidos por Minas Gerais, Espírito Santo, São Paulo, Goiás e Bahia, que apresentaram recuo de 10% a 20% nas vendas do 1T21, em relação ao 1T20. Em todos os estados mais impactados, os indicadores da pandemia foram mais severos, o que desencadeou medidas mais restritivas e fechamentos dos shoppings por períodos mais prolongados.
- ❖ É importante ainda ressaltar que as vendas do Projeto Joias em Ação são registradas como vendas digitais. No 1T21, as vendas diretas do projeto atingiram R\$ 21,2 milhões. Apenas de forma ilustrativa, considerando esse efeito, a vendas das lojas físicas teriam registrado queda de -1,7%.



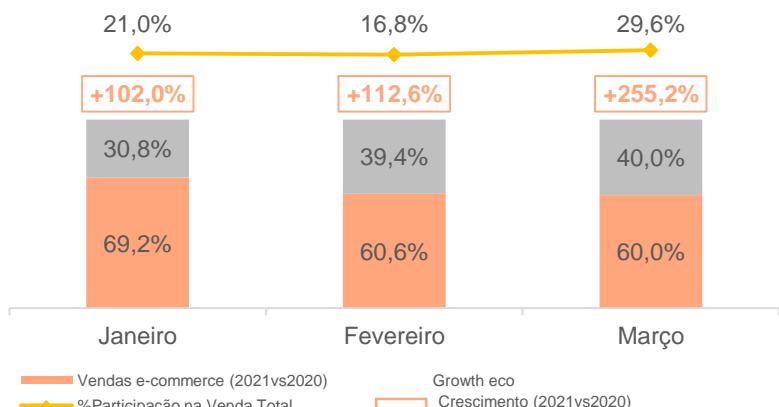
RECEITA BRUTA (Liq. Dev.) (cont.)

VENDAS DIGITAIS

- Mais uma vez, o destaque do trimestre são as vendas digitais que seguem registrando crescimento acelerado. No 1T21, as vendas digitais expandiram 160,2%, na comparação com o 1T20, atingindo R\$ 57,9 milhões, o que representa 21,4% de participação nas vendas totais. O projeto Joias em Ação foi responsável por 36,6% das vendas digitais.
- O desempenho das vendas digitais reflete os investimentos estruturais que a companhia tem feito para aumentar ainda mais sua relevância nos canais online e reforçar a posição de liderança isolada no segmento de joalherias.



Evolução das Vendas Digitais



DADOS DE MERCADO

Liderança absoluta em buscas e acessos para o segmento de joias e relógios.

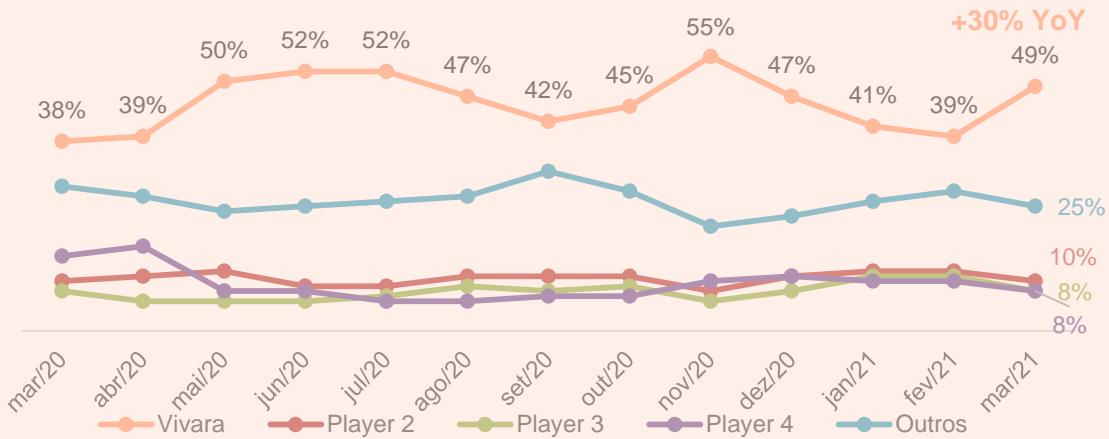
Ranking de Share of Search ⁽¹⁾

1 ^a Amazon	48%
2 ^a Petz	47%
3 ^º Cacau Show	43%
4^º Vivara	43%

A cada 100 pessoas que buscam por joias relógios na Internet, 43 buscam por Vivara.

(*) Ranking leva em consideração todos os segmentos analisados pelo relatório;

Market Share de acessos – Joias e Relógios ⁽¹⁾

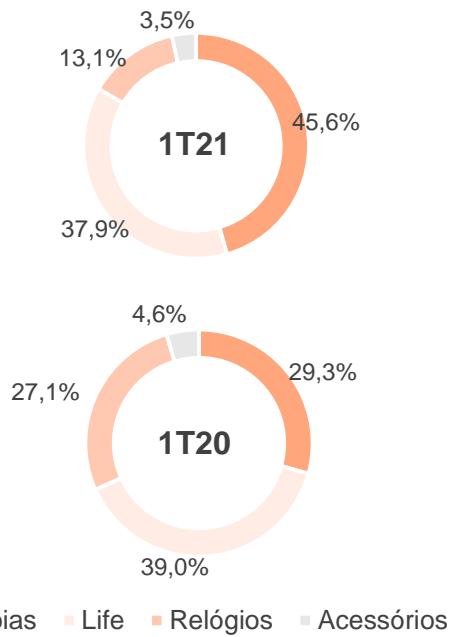


Fonte: (1) Relatório E-commerce no Brasil- Conversion; link para acesso: <https://lp.conversion.com.br/relatorio-setores-e-commerce>

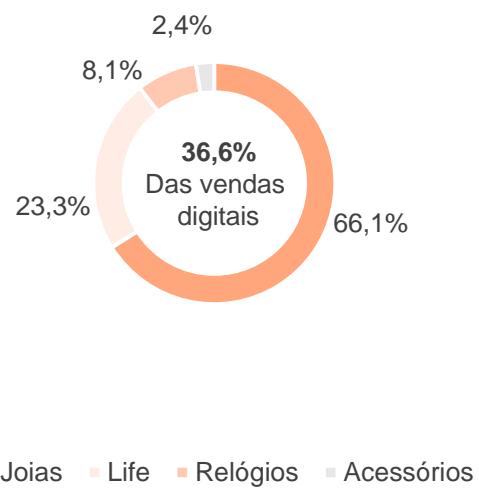
RECEITA BRUTA (Liq. Dev.) (cont.)

VENDAS DIGITAIS

Mix de Vendas Digitais^()*



Mix de Vendas Joias em Ação



(*) Inclui as vendas do Projeto Joias em Ação

PROJETO JOIAS EM AÇÃO

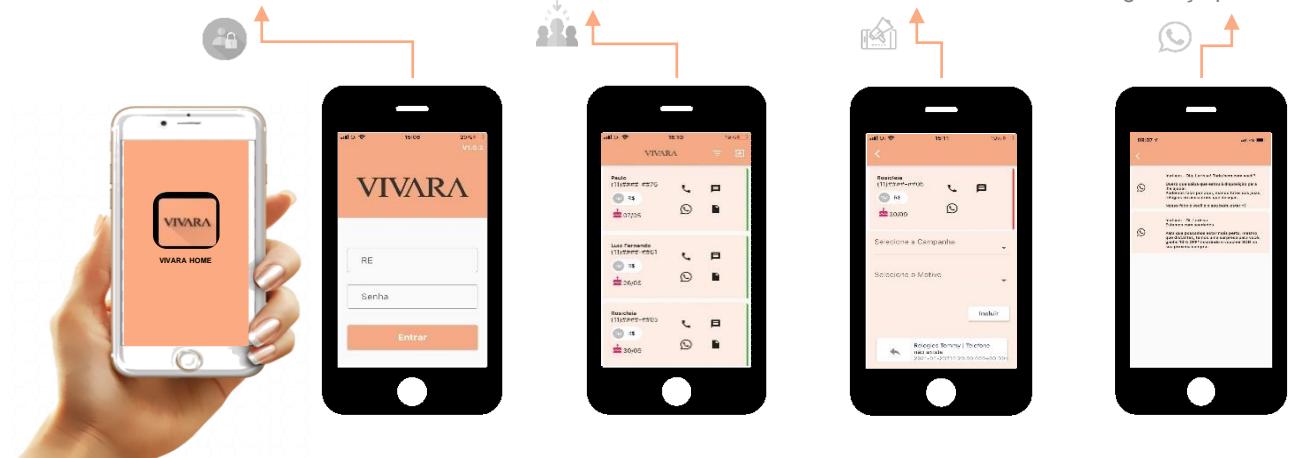
- ◆ O projeto Joias em Ação é mais que uma venda por Whatsapp, é venda assistida, é consultoria online feita por uma força de vendas especializada e treinada. Todo o contato acontece em ambiente logado, dentro do aplicativo Vivara Home, que permite que as vendedoras tenham acesso a dados de cadastro dos clientes, para uma abordagem mais assertiva e direcionada. Além das abordagens proativas aos clientes ativos, qualquer pessoa pode solicitar consultoria e ser atendido por uma vendedora Vivara.

Todo o contato é feito em ambiente logado, garantindo rastreabilidade da abordagem

Lista selecionada de clientes, considerando clusterização, com acesso aos dados de cadastro para abordagem mais assertiva

Acesso as campanhas e peças para garantir uniformidade da comunicação.

Comunicação feita pelo Whatsapp em conta corporativa. Mais qualidade no atendimento e segurança para o cliente.



LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA

Lucro Bruto (R\$ mil) e Margem Bruta (%)	1T21	1T20	Δ %
Receita Líquida	217.730	206.231	5,6%
Custo Total	(75.037)	(69.156)	8,5%
Aquisição de insumos, matérias-primas e produtos	(63.152)	(59.164)	6,7%
% Receita Líquida	-29,0%	-28,7%	(0,3 p.p.)
Perda de Estoque	(4.547)	(2.415)	88,3%
% Receita Líquida	-2,1%	-1,2%	(0,9 p.p.)
Despesas Fábrica	(7.338)	(7.577)	-3,2%
% Receita Líquida	-3,4%	-3,7%	0,3 p.p.
Pessoal	(5.709)	(6.258)	-8,8%
% Receita Líquida	-2,6%	-3,0%	0,4 p.p.
Despesas gerais da fábrica	(916)	(762)	20,1%
% Receita Líquida	-0,4%	-0,4%	(0,1 p.p.)
Depreciação	(714)	(557)	28,2%
% Receita Líquida	-0,3%	-0,3%	(0,1 p.p.)
Lucro Bruto	142.693	137.075	4,1%
Margem Bruta %	65,5%	66,5%	(1,0 p.p.)

♦ A Margem Bruta do trimestre atingiu 65,5%. A retração de -1,0 p.p. em relação ao 1T20 deveu-se, principalmente, ao aumento no nível de perdas de estoque, entre outras razões, pelo: (i) maior volume de produtos para derretimento, referente às campanhas de Semana Ouro que aconteceram com maior frequência no ano passado e trouxe um acúmulo de purificação de produtos para o 1T21; e (ii) maior volume de perda de Life, como efeito pontual dos ajustes de qualidade da fabricação internalizada no último ano.

♦ É importante ressaltar que, sazonalmente, a margem do primeiro trimestre é inferior aos demais trimestres, pelo efeito do calendário de lançamentos de produtos e campanhas. A companhia mantém estratégia de gestão de custos, que combina a adequada composição de estoques em todas as categorias, com a correta política de precificação, desta forma, o efeito pontual de pressão de margem no 1T21, não altera a perspectiva da companhia de manter a rentabilidade alinhada aos patamares normalizados dos últimos dois anos.

DESPESAS OPERACIONAIS

Despesas Operacionais (R\$ mil)	1T21	1T20	Δ %
Despesas Operacionais (SG&A)	(117.541)	(109.993)	6,9%
% Receita Líquida	-54,0%	-53,3%	(0,7 p.p.)
Despesas com Vendas	(84.920)	(78.788)	7,8%
% Receita Líquida	-39,0%	-38,2%	(0,8 p.p.)
Despesas Gerais e Administrativas	(32.622)	(31.205)	4,5%
% Receita Líquida	-15,0%	-15,1%	0,1 p.p.
Outras Despesas (Receitas) Operacionais	(866)	13.783	-106,3%
Total de Despesas	(118.408)	(96.210)	23,1%

♦ No 1T21, as Despesas Operacionais (SG&A) cresceram 6,9%, na comparação com 1T20, pela decisão estratégica da companhia de manter os projetos estruturais de médio e longo prazo e investimento em marketing, mesmo com o desempenho de lojas impactado pelos fechamentos dos shoppings, bem como, maior relevância das vendas digitais.

♦ As Despesas com Vendas cresceram 7,8%, em relação ao 1T20, principalmente pelo (i) maior investimento em marketing digital e campanhas; e (ii) aumento das Despesas com Frete e Impostos de taxas, em virtude da maior relevância da operação de e-commerce.

(cont.)

DESPESAS OPERACIONAIS (cont.)

- ❖ As Despesas Gerais e Administrativas aumentaram 4,5% na comparação entre os trimestres, principalmente, pelo maior investimento em serviços de terceiros, relacionados a consultorias estratégicas, importantes para sustentar crescimento de médio e longo prazo.
- ❖ As outras despesas (receitas) operacionais foram materialmente maiores neste trimestre, quando comparado ao ano anterior. No 1T20, essa rubrica foi beneficiada por R\$ 12,8 milhões, pelo reconhecimento de créditos fiscais, referente ao PIS e Cofins de importação de anos anteriores. Assim o total de despesas do 1T21 foi 23,1% maior que no 1T20. Excluindo esse efeito o total de despesas teria sido 8,6% maiores no 1T21, quando comparado ao 1T20.

EBITDA AJUSTADO E MARGEM EBITDA AJUSTADA

Reconciliação do EBITDA (R\$ mil)	1T21	1T20	Δ %
Lucro Líquido	3.913	19.011	-79,4%
(+) IR/CSLL	(3.542)	(4.762)	-25,6%
(+) Resultado financeiro	8.684	13.716	-36,7%
(+) Depreciação e Amortização	15.944	13.456	18,5%
EBITDA Total	24.999	41.422	-39,6%
(-) Despesa de aluguel (IFRS16) ⁽⁴⁾	(14.504)	(11.468)	26,5%
EBITDA AJUSTADO	10.495	29.953	-65,0%
Margem Ebitda Ajustada (%)	4,8%	14,5%	(9,7 p.p.)

(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. Para melhor comparabilidade, consideramos como "Aluguel Fijo" o montante de R\$12,8 milhões, referente ao arrendamento por competência, e também o estorno de R\$1,7 milhão, referente aos Descontos Obtidos que já estão contemplados no EBITDA Contábil.



- ❖ Em razão do fechamento das lojas ao longo do trimestre, da pressão de Margem Bruta, do maior volume de despesas decorrentes dos projetos estruturais de omnicanalidade e expansão, bem como pelas novas lojas e o maior volume de despesas de aluguel, a Companhia registrou R\$ 10,5 milhões de EBITDA Ajustado, com margem de 4,8%.

LUCRO LÍQUIDO E MARGEM LÍQUIDA

Lucro Líquido (R\$ mil)	1T21	1T20	Δ %
Ebitda Ajustado	10.495	29.953	-65,0%
(-) Despesa de aluguel (IFRS16)	14.504	11.468	26,5%
(+) Depreciação e Amortização	(15.944)	(13.456)	18,5%
(+) Resultado financeiro	(8.684)	(13.716)	-36,7%
(+) IR/CSLL	3.542	4.762	-25,6%
Lucro Líquido	3.913	19.011	-79,4%
Margem Líquida (%)	1,8%	9,2%	(7,4 p.p.)

- ❖ A Companhia registrou Lucro Líquido de R\$ 3,9 milhões no 1T21, em razão do desempenho operacional do período, que foi materialmente impactados pelo fechamento das operações ao longo do trimestre.



ENDIVIDAMENTO

Dívida Líquida (R\$ mil)	1T21	2020	△ %
Empréstimos e Financiamentos	295.222	390.321	-24,4%
Curto Prazo	61.863	277.821	-77,7%
Longo Prazo	233.359	112.500	107,4%
Caixa e Equivalentes de Caixa	620.783	701.921	-11,6%
Caixa Líquido	(325.561)	(311.600)	-4,5%
EBITDA Ajustado LTM (<i>últimos 12 meses</i>)	196.861	216.319	-9,0%
Caixa Líquido Ajustado/Ebitda Ajustado	-	1,7x	1,4x

❖ No 1T21, o endividamento bruto da Companhia reduziu 24,4%, quando comparado a dezembro de 2020 e já reflete o perfil mais alongado da dívida. O índice de endividamento total da Companhia foi de -1,7x, em razão do menor desempenho operacional do período e maior consumo de caixa.

INVESTIMENTOS - CAPEX

Investimentos (R\$ mil)	1T21	1T20	△ %
Capex Total	12.950	14.188	-8,7%
Novas lojas	4.787	9.633	-50,3%
Reformas e Manutenção	1.822	2.495	-27,0%
Fábrica	3.502	1.009	247,1%
Sistemas/TI	2.838	1.034	174,5%
Outros	0	17	-100,0%
CAPEX/Receita Líquida (%)	5,9%	6,9%	(0,9 p.p.)

❖ Os investimentos no trimestre totalizaram R\$ 12,9 milhões, -8,7% menor que os investimentos do mesmo período do ano anterior, principalmente, (i) pela redução no volume de reformas e na abertura de novas lojas; (ii) aumento nos investimento da fabrica, para internalização da produção e melhoria de tecnologia e maquinário; e (iii) investimentos mais robustos em TI e sistemas, como parte da estratégia de estruturação tecnológica.

GERAÇÃO DE CAIXA

Geração de Caixa (R\$ mil)	1T21	1T20	? %
Lucro Líquido	3.913	19.011	-79,4%
(+/-) IR/CSLL e Outros Ajustes	(186)	5.120	-103,6%
Lucro Líquido Ajustado	3.727	24.131	-84,6%
Capital de Giro	12.290	8.741	40,6%
Contas a Receber	125.268	143.949	-13,0%
Estoques	(47.521)	(35.630)	33,4%
Fornecedores	(9.023)	(11.636)	-22,5%
Impostos a Recuperar	23.817	666	3478,7%
Obrigações Tributárias	(60.264)	(50.206)	20,0%
Outros ativos e passivos	(19.988)	(38.403)	-48,0%
Caixa das Atividades Operacionais Gerencial	16.017	32.872	-51,3%
Capex	(12.950)	(14.188)	-8,7%
Geração de Caixa Livre (5)	3.067	18.684	-83,6%

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

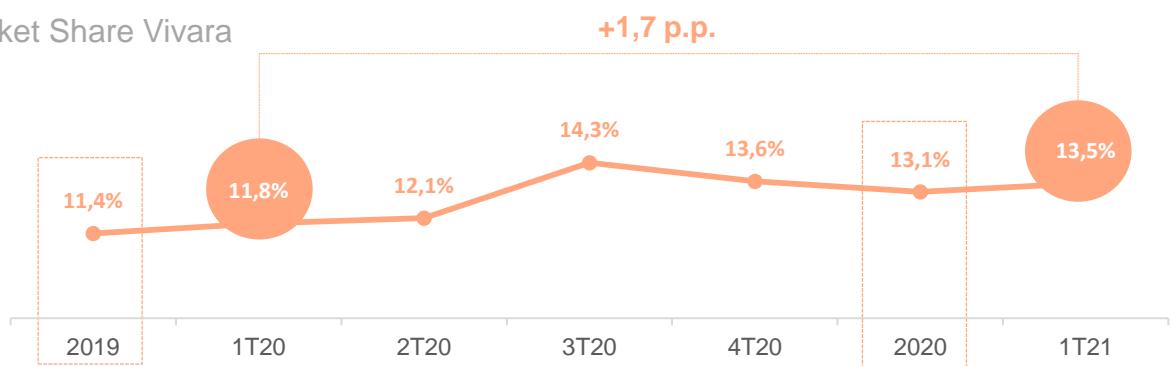
❖ A Vivara gerou R\$ 3,1 milhões de caixa livre no 1T21, 15,6 milhões abaixo do 1T20, principalmente pelo menor resultado do período e maior alocação de capital de giro, se comparado ao 1T20.

❖ Além dos ajustes de IR&CSLL e outros itens não caixa, o Lucro Líquido foi ajustado ao pagamento dos aluguéis, no montante de R\$ 17,3 milhões, no 1T21 e R\$ 11,6 milhões no 1T20, que após adoção do IFRS16, passaram a ser contabilizados na DFC como "Amortização de Arrendamentos Direito de Uso", nas Atividade de Financiamento.

PERSPECTIVAS

- ❖ **2T21(*)** – 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. Ainda durante o mês de abril, parte relevante do parque de lojas esteve fechado, sendo que a reabertura se deu de forma mais intensa, a partir do dia 18. Desde o dia 23 de abril, 100% dos pontos de vendas foram reabertos e ainda estão operando com restrição de horário e limitação no fluxo de clientes. O e-commerce segue contribuindo para neutralizar, em parte, o efeito dos fechamentos. A fábrica, localizada em Manaus, está operando sem restrições ou gargalos, para garantir a boa composição de estoques para os próximos meses. Em abril de 2021, a receita atingiu 92% da receita de abril de 2019 e crescimento de 272% em relação a abril de 2020. Em maio, até o dia 12, após forte desempenho de vendas no Dia das Mães, a receita cresceu 16% em relação a maio de 2019 e 269%, quando comparado a maio de 2020. Lembrando que as lojas ainda operam com restrição ao fluxo de clientes e horário reduzido.
- ❖ **Ganho de Market Share e Consolidação de Mercado** – As incertezas do curto prazo não mudam a visão de futuro da Companhia. A Vivara tem projetos estruturais no pipeline e segue confiante na capacidade de consolidar sua posição de liderança no mercado, através do ganho recorrente de *market share*. No 1T21, a Companhia ganhou 1,7 p.p. de *market share*, impulsionada pelo fortalecimento de uma operação digital bem estruturada e pela fragilidade dos demais players.

Market Share Vivara



Fonte: Euromonitor, ICVA e Dados Companhia

- ❖ **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. Em abril, 4 lojas Vivara foram inauguradas e em maio, será inaugurada a primeira loja Life no novo conceito, com arquitetura reformulada, treinamento e remuneração do time de vendas mais ajustado ao modelo Life e com mais amplitude de estoque. Além de 7 lojas Vivara.



A primeira loja no estado do Acre, inaugurada em abril, em Rio Branco



Nova loja em Salvador - BA, inaugurada em abril, no Shopping Paralela

(*) Informações gerenciais, não auditadas. Maio considera as vendas até o dia 12 nos últimos 3 anos.

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO

DRE (R\$ mil)	1T21	1T20	△ %
Receita Bruta de Vendas de Mercadorias	339.918	331.879	2,4%
Receita Bruta de Serviços	1.412	1.559	-9,4%
Deduções da Receita Bruta	(55.598)	(57.598)	-3,5%
Trocas e devoluções	(68.002)	(69.609)	-2,3%
Receita Líquida	217.730	206.231	5,6%
(-) Custos dos Produtos Vendidos e serviços prestados	(74.323)	(68.599)	8,3%
(-) Depreciações e Amortizações	(714)	(557)	28,2%
(=) Lucro Bruto	142.693	137.075	4,1%
(-) Despesas Operacionais	(133.638)	(109.110)	22,5%
Vendas	(84.920)	(78.788)	7,8%
Pessoal	(42.070)	(42.510)	-1,0%
Aluguéis e condomínios	(6.172)	(10.606)	-41,8%
Descontos sobre arrendamentos	(1.630)	-	na
Frete	(5.066)	(4.452)	13,8%
Comissão sobre Cartões	(4.641)	(4.114)	12,8%
Serviços de Terceiros	(1.897)	(3.478)	-45,5%
Despesas com Marketing	(12.707)	(8.484)	49,8%
Outras despesas com vendas	(10.737)	(5.144)	108,7%
Gerais e Administrativas	(32.622)	(31.205)	4,5%
Pessoal	(16.854)	(16.837)	0,1%
Aluguéis e condomínios	(619)	(359)	72,4%
Serviços de Terceiros	(11.414)	(7.671)	48,8%
Outras Despesas Gerais e Administrativas	(3.735)	(6.338)	-41,1%
Depreciações e Amortizações	(15.230)	(12.899)	18,1%
Resultado de Equivalência Patrimonial	-	-	-
Outros Despesas (Receitas) Operacionais	(866)	13.783	-106,3%
(=) Lucro (Prejuizo) Antes das Financeiras	9.055	27.965	-67,6%
(=) Resultado Financeiro	(8.684)	(13.716)	-36,7%
Receitas Financeiras Líquidas	5.992	7.129	-15,9%
Despesas Financeiras Líquidas	(14.677)	(20.845)	-29,6%
(=) Lucro Operacional	370	14.249	-97,4%
Imposto de Renda e Contribuição Social	3.542	4.762	-25,6%
(=) Lucro Líquido	3.913	19.011	-79,4%

BALANÇO PATRIMONIAL

Balanço Patrimonial (R\$ mil)	2021	2020
CIRCULANTE		
Caixa e equivalentes de caixa	365.925	477.319
Títulos e valores mobiliários	48.845	59.725
Contas a receber	285.004	410.263
Contas a receber partes relacionadas	-	-
Estoques	410.608	365.184
Impostos a recuperar	81.619	101.034
Despesas pagas antecipadamente e outros créditos	12.910	3.262
Instrumentos derivativos ativo	-	11.767
Total do ativo circulante	1.204.912	1.428.554
NÃO CIRCULANTE		
Títulos e valores mobiliários LP	206.013	164.876
Depósitos judiciais	13.522	13.457
Contas a receber partes relacionadas LP	-	-
Imposto de renda e contribuição social diferidos	77.472	67.831
Instrumentos derivativos ativo	2.617	-
Impostos a recuperar	112.378	116.090
Investimentos	-	-
Imobilizado	359.071	340.907
Intangível	10.412	8.981
Total do ativo não circulante	781.485	712.142
ATIVO TOTAL	1.986.397	2.140.697
CIRCULANTE		
Fornecedores	36.190	53.029
Fornecedores Convenio	7.986	169
Empréstimos e financiamentos	61.863	277.821
Partes relacionadas	-	-
Obrigações trabalhistas e previdenciárias	38.219	49.922
Obrigações tributárias	35.477	92.177
Parcelamento de tributos	263	327
Arrendamentos a pagar	12.884	10.367
Arrendamentos direito de uso a pagar	44.635	39.955
Juros sobre capital próprio a pagar	22.353	22.353
Dividendos a pagar	12.482	12.482
Outras obrigações	29.698	30.441
Total do passivo circulante	302.050	589.043
NÃO CIRCULANTE		
Obrigações trabalhistas e previdenciárias	6.954	6.954
Empréstimos e financiamentos	233.359	112.500
Parcelamento de tributos	821	815
Provisão para riscos cíveis, trabalhistas e tributários	25.173	24.636
Arrendamentos direito de uso a pagar	242.652	235.273
Total do passivo não circulante	508.959	380.178
PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
Capital social	1.105.381	1.105.381
Reservas de lucros	119.136	119.136
Lucros acumulados	3.913	0
Reservas de Capital	(53.041)	(53.041)
Total do patrimônio líquido	1.175.388	1.171.476
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	1.986.397	2.140.697

FLUXO DE CAIXA

Fluxo de Caixa (R\$ mil)	1T21	1T20	△ %
Lucro Líquido	3.913	19.011	-79,4%
Ajustes do Lucro Líquido	24.605	23.858	3,1%
Lucro Líquido Ajustado	28.518	42.869	-33,5%
Variação nos ativos e passivos operacionais:			
Contas a receber	125.268	143.947	-13,0%
Estoques	(47.521)	(35.630)	-33,4%
Fornecedores	(9.023)	(11.636)	22,5%
Impostos a Recuperar	23.817	666	3478,7%
Obrigações Tributárias	(60.264)	(50.206)	-20,0%
Outros ativos e passivos	(19.988)	(38.403)	48,0%
Caixa das atividades operacionais	40.808	51.607	-20,9%
Imposto de Renda e Contribuição Social	(2.535)	(3.492)	27,4%
Juros pagos de empréstimos e financiamentos	(4.927)	(3.602)	-36,8%
Juros pagos de arrendamentos de direito de uso	(8.203)	(6.886)	na
Caixa líquido das atividades operacionais	25.143	37.628	-33,2%
Imobilizado	(10.920)	(13.827)	21,0%
Intangível	(2.030)	(362)	-461,5%
Outros	(30.257)	--	--
Caixa das atividades de Investimentos	(43.206)	(14.188)	-204,5%
Dividendos e JCP	-	--	--
Empréstimos e financiamentos	(103.319)	(3.351)	-2983,4%
Arrendamento do Direito de Uso	(9.126)	(4.759)	-91,8%
Outros	19.115	21.612	-11,6%
Caixa das atividades de financiamento	(93.330)	13.503	-791,2%
AUMENTO (REDUÇÃO) DE CAIXA E EQUIVALENTE DE CAIXA	(111.394)	36.943	-401,5%
Saldo Inicial de caixa e equivalente de caixa	477.319	435.844	9,5%
Saldo final de caixa e equivalente de caixa	365.925	472.789	-22,6%

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

Segunda-feira, 17 de maio de 2021

Português

Horário: 10h00 (Horário de Brasília)

Dados de Conexão

<https://choruscall.com.br/vivara/1t21.htm>

Inglês

Horário: 9h00 (Horário de Nova York)

Dados para conexão

<https://choruscall.com.br/vivara/1q21.htm>



VIVARA





VIVARA

Earnings Release

First Quarter of 2021

São Paulo, May 14, 2021 – Vivara Participações S.A. (B3: VIVA3), Brazil's largest jewelry chain, announces today its results for the 1st quarter of 2021. All analyses presented here are comparisons with the same quarter of the previous year, unless otherwise stated.

HIGHLIGHTS IN THE QUARTER

◆ Growth of **5.6%** in Net Revenue, which reached **R\$217.7 million**.

◆ Growth of **2.5%** in same-store sales (SSS).

◆ Continuous growth of **160.2%** in Digital Sales, which accounted for **21.4%** of revenue in 1Q21.

◆ Consolidation of Joias em Ação Project, which accounted for **36.6%** of digital sales in 1Q21.

◆ **Gross Profit** amounted to **R\$142.7 million**, with **Gross Margin** of **65.5%**.

◆ In the quarter, **Adjusted EBITDA⁽¹⁾** totaled **R\$10.5 million**.

◆ Announcement of the Company's **Sustainability Report**, in April.



FINANCIAL HIGHLIGHTS

Main Key Ratios (R\$, 000)	1Q21	1Q20	Δ %
Gross Revenue (net of return)	273,328	263,829	3.6%
Net Revenue	217,730	206,231	5.6%
Gross Profit	142,693	137,075	4.1%
<i>Gross Margin (%)</i>	65.5%	66.5%	-93 bps
EBITDA	24,999	41,422	-39.6%
<i>Ebitda Margin (%)</i>	11.5%	20.1%	-860 bps
Adjusted EBITDA⁽¹⁾	10,495	29,953	-65.0%
<i>Adjusted Ebitda Margin (%)</i>	4.8%	14.5%	-970 bps
Net Income	3,913	19,011	-79.4%
<i>Net Margin (%)</i>	1.8%	9.2%	-742 bps
SSS⁽²⁾ (physical stores + e-commerce)	2.5%	-7.4%	na
Operational Cash Generation⁽⁴⁾	16,017	32,872	-51.3%

(1) EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization) is a non-accounting measurement disclosed by the Company in compliance with CVM Instruction 527/12. The fixed portion of rent expenses, shown here, is booked in the Statement of Cash Flows as "Lease of Right-of-Use Assets," due to the adoption of IFRS 16. More detailed information on the accounting standard is available in Note 24 to the Financial Statements of the Company. For better comparison, we consider "Fixed Rent" the sum of R\$12.8 million related to the lease by reporting period and the reversal of R\$1.7 million related to Discounts Obtained, which are already included in the accounting EBITDA.

(2) Same-Store Sales (SSS) considers gross revenue, net of returns, from stores in operation for 12 months, as well as revenues from e-commerce, and excludes permanent store closures.

(3) Managerial, non-accounting measurement prepared by the Company that does not fall under the scope of independent audit.

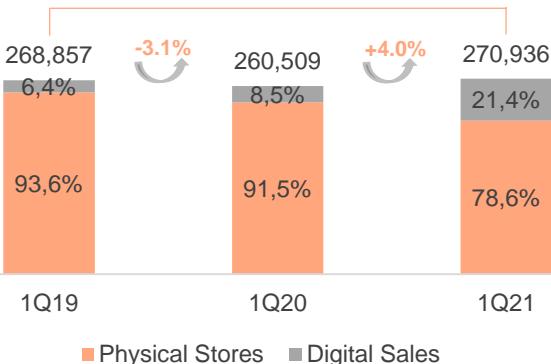
GROSS REVENUE (Net of Returns)

- Diamond Gross revenue, net of returns, grew 3.6% in the quarter in relation to the same period last year. During the quarter, operations at physical stores were significantly affected by the closure of the country's leading malls. The Company ended the quarter with 80% of physical stores closed as a result of the restriction measures adopted to combat the COVID-19 pandemic. In 1Q21, physical stores functioned for 66.3% of total possible hours, compared to 85.3% in 1Q20.
- Diamond Net revenue increased 5.6% between the periods. The lower deduction was mainly due to the higher insourcing of production at Manaus plant in 1Q21, compared to in 1Q20, as well as the lower ICMS rate on the production of watches as a result of higher tax benefits during the period.

Revenue per channel (R\$, 000)	1Q21	1Q20	△ %
Gross Revenue (net of return)	273,328	263,829	3.6%
Physical Stores	213,007	238,249	-10.6%
Digital Sales	57,930	22,260	160.2%
Others	2,392	3,321	-28.0%
Deductions	(55,598)	(57,598)	-3.5%
Net Revenue	217,730	206,231	5.6%
SSS (physical stores + e-commerce)	2.5%	-7.4%	na

Sales growth^(*)

+0.8%

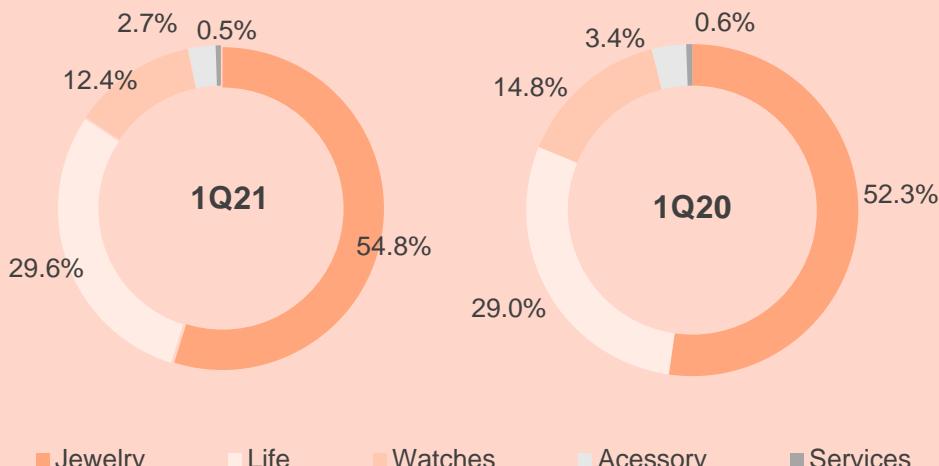


Diamond Note that revenue in 1Q21 is at pre-pandemic levels (1Q19), mainly due to the change in the share of digital sales in the last two years. Online sales accounted for 6.4% of total sales in 1Q19 and rose to 21.4% in 1Q21. The new level of digital sales reflects the maturation of initiatives designed to maximize sales across online channels and the effectiveness of the structural projects aimed at bolstering the omnichannel strategy.

Diamond The highlight of the sales mix in the period was the Jewelry category, with growth of 260 bps., followed by Life category, which grew 60 bps. when compared to 1Q20.

(*) Consider only revenue from sale of products at stores and digital channels

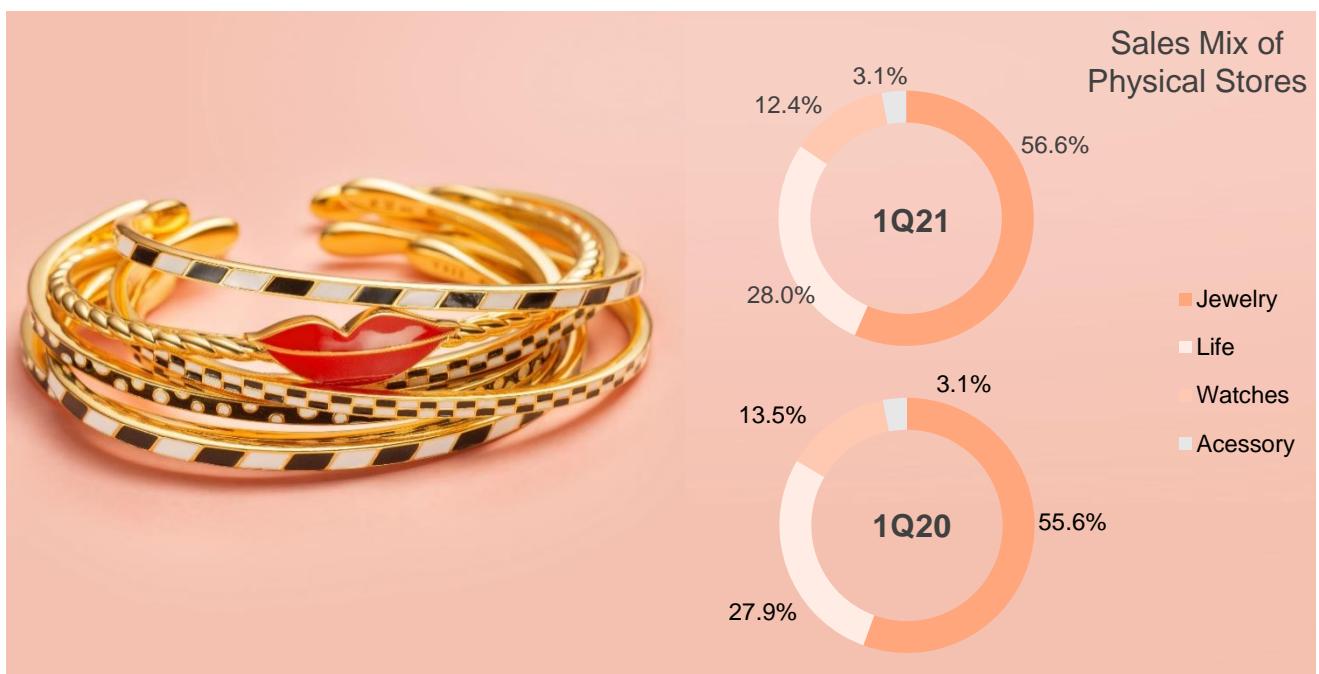
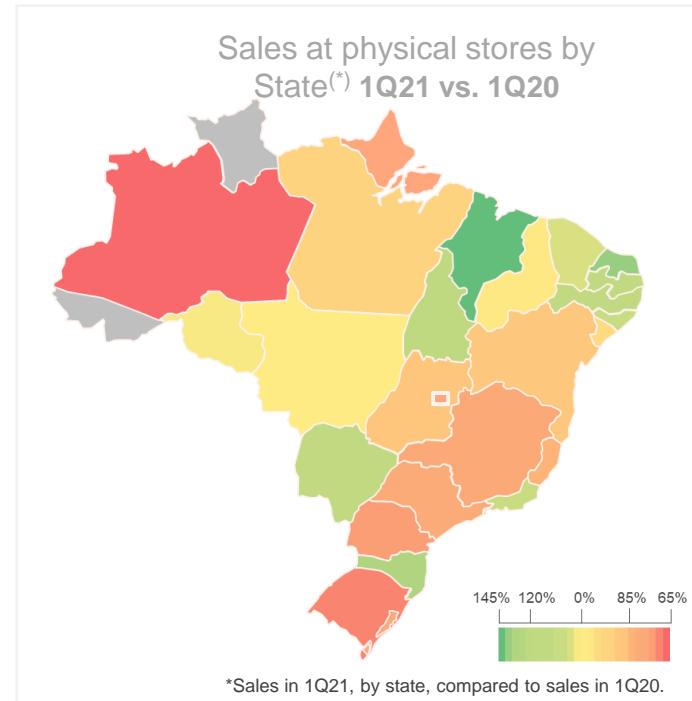
SALES BY CATEGORY



GROSS REVENUE (Net of Returns) (Cont.)

SALES AT PHYSICAL STORES

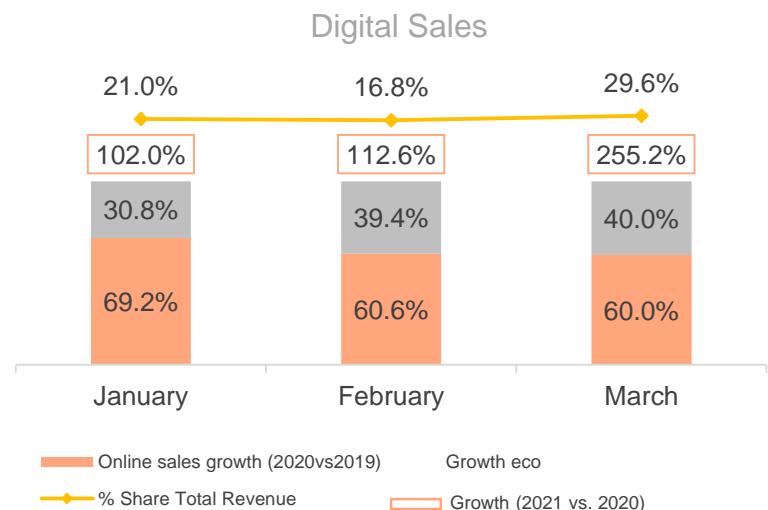
- ❖ In 1Q21, the Company's sales at physical stores declined 10.6% due to the intensification of physical distancing measures and the closure of operations in the main markets. Revenue from physical stores accounted for 77.9% of total revenue in 1Q21, and the stores accounted for 90.3% of total sales. SSS, considering only physical stores, decreased 12.5% in the quarter.
- ❖ For comparison purposes, during 1Q20, physical stores functioned for 197,400 hours, 85.3% of operational hours, compared to 153,300 hours, or 66.3%, in 1Q21. Despite the 22.3% reduction in total operational hours, the company registered growth in both revenue and consolidated SSS, thanks to the integration of physical and online channels.
- ❖ The analysis of sales at physical stores by state shows the states most affected by the restrictions: Amazonas, Rio Grande do Sul and Paraná, decreasing over 20% in relation to 1Q20, followed by Minas Gerais, Espírito Santo, São Paulo, Goiás and Bahia, where sales fell between 10% to 20% in 1Q21 compared to 1Q20. In all the worst affected states, the pandemic indicators were more severe, which triggered further restrictive measures and the closure of malls for longer periods.
- ❖ Also note that the sales through the Joias em Ação Project are registered as digital sales. In 1Q21, direct sales through the project amounted to R\$21.2 million. For illustrative purposes only, if this effect were considered, sales at physical stores would have decreased 1.7%.



GROSS REVENUE (Net of Returns) (Cont.)

DIGITAL SALES

- The quarter highlight once again was digital sales, which continue to register accelerated growth. In 1Q21, digital sales grew 160.2% in relation to 1Q20, reaching R\$57.2 million, accounting for 21.4% of total sales. The Joias em Ação Project accounted for 36.6% of digital sales.
- The performance of digital sales reflects the structural investments made by the company to expand its market share in online sales and consolidate its position as the undisputed leader in the jewelry segment.



MARKET DATA

Absolute leader in searches and accesses in the jewelry and watches segment.

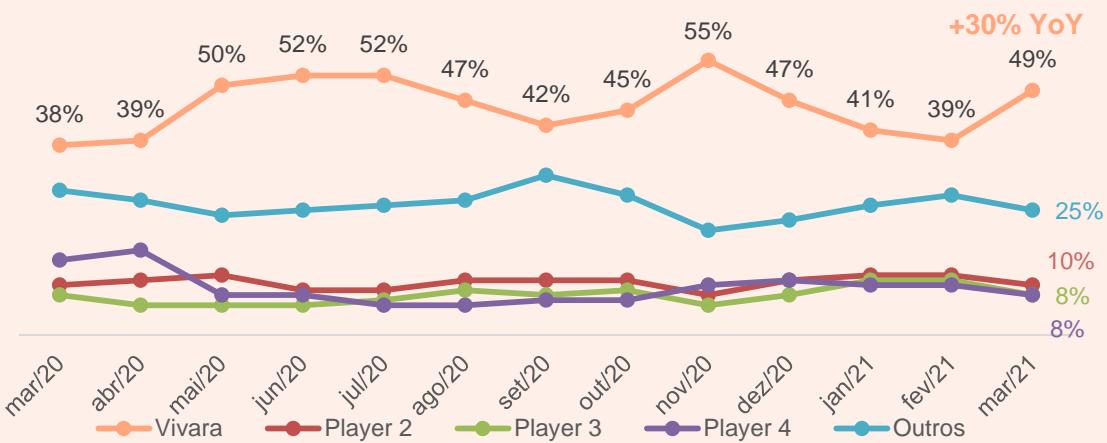
Share of Search Ranking ⁽¹⁾

1st Amazon	48%
2nd Petz	47%
3rd Cacau Show	43%
4th Vivara	43%

For every 100 people searching for jewelry watches on the Internet, 43 search for Vivara.

(*) Ranking leva em consideração todos os segmentos analisados pelo relatório;

Market Share of accesses – Jewelry and Watches ⁽¹⁾

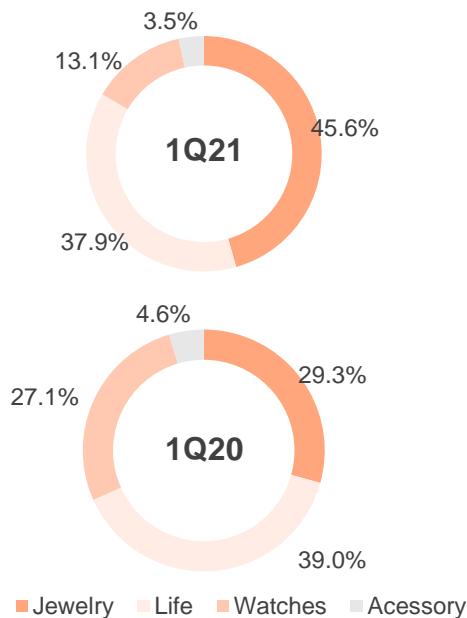


Fonte (1) Relatório E-commerce no Brasil- Conversion; available at: <https://lp.conversion.com.br/relatorio-setores-e-commerce>

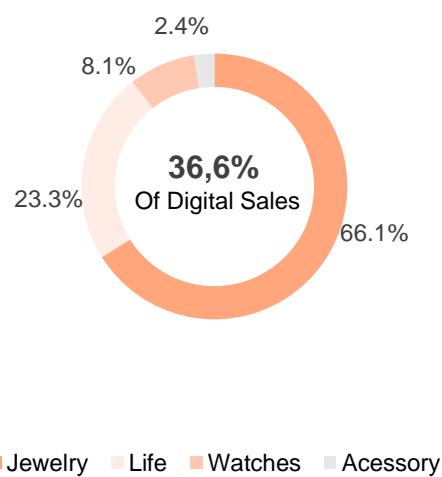
GROSS REVENUE (Net of Returns) (Cont.)

DIGITAL SALES

Digital Sales Mix^(*)



Sales mix - Joias em Ação



(*) Includes sales of Joias em Ação Project

JOIAS EM AÇÃO PROJECT

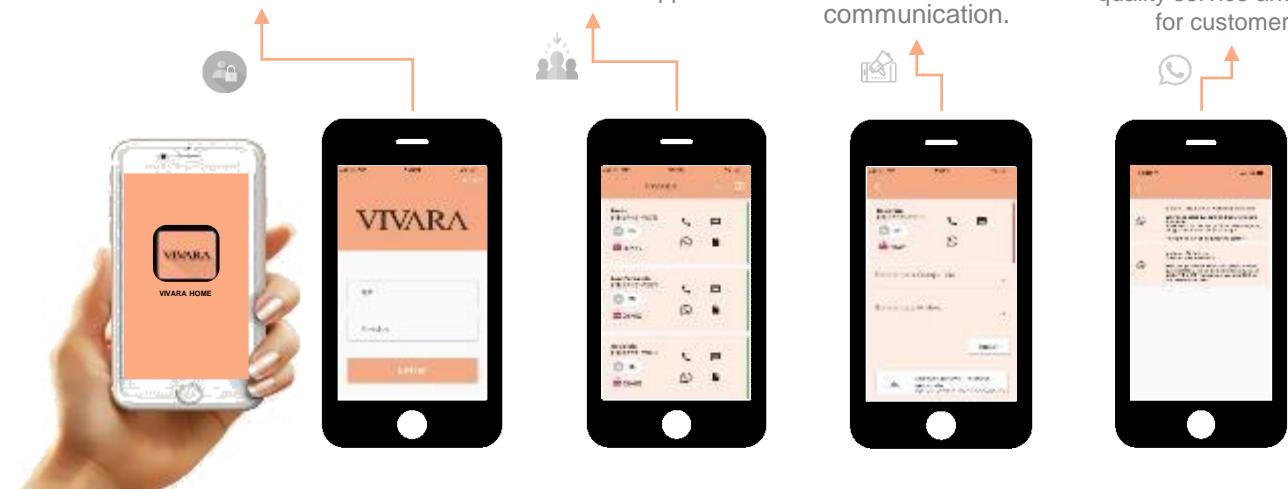
- The Joias em Ação project is more than a sale via WhatsApp. It is an assisted sale, an online consulting service provided by a specialized and trained sales team. All contact is made through a logged environment within the Vivara Home app, which enables sellers to access the registration data of customers for a more efficient and targeted approach. Apart from the proactive approach for active customers, anyone can request advice and be served by a Vivara salesperson.

All contact is made through a logged environment, which ensures traceability

Selected list of customers, considering clustering, with access to registration data for a more efficient approach

Access to campaigns and products to ensure uniform communication.

Communication via WhatsApp through business account. Better quality service and safety for customers.



GROSS PROFIT AND GROSS MARGIN

Gross Profit (R\$, 000) and Gross Margin (%)	1Q21	1Q20	Δ %
Net Revenue	217,730	206,231	5.6%
Total costs	(75,037)	(69,156)	8.5%
Acquisition of input, raw materials and products	(63,152)	(59,164)	6.7%
% Net Revenue	-29.0%	-28.7%	-32 bps
Inventory Loss	(4,547)	(2,415)	88.3%
% Net Revenue	-2.1%	-1.2%	-92 bps
Factory Expenses	(7,338)	(7,577)	-3.2%
% Net Revenue	-3.4%	-3.7%	30 bps
Personal	(5,709)	(6,258)	-8.8%
% Net Revenue	-2.6%	-3.0%	41 bps
Factory expenses	(916)	(762)	20.1%
% Net Revenue	-0.4%	-0.4%	-5 bps
Depreciation	(714)	(557)	28.2%
% Net Revenue	-0.3%	-0.3%	-6 bps
Gross profit	142,693	137,075	4.1%
Gross margin %	65.5%	66.5%	-100 bps

- ◆ Gross Margin in the quarter stood at 65.5%. The 100 bps. reduction in relation to 1Q20 was mainly due to the increase in inventory losses due to, among others: (i) the higher volume of products for melting, with regard to the Gold Week campaigns that were held more frequently last year, which brought an accumulation of product purification to 1Q21; and (ii) higher losses in the Life segment due to the one-time effect of quality adjustments made to insourced production last year.
- ◆ Note that, due to seasonality, margin in the first quarter is lower than in other quarters, impacted by the calendar of product launches and campaigns. The company maintains its cost management strategy, which combines an adequate inventory mix in all categories and the correct pricing policy. As a result, the one-time effect of pressure on margins in 1Q21 does not change the company's outlook for the year, about maintaining profitability at the normal levels of the last two years.

OPERATING EXPENSES

Operating Expenses (R\$, 000)	1Q21	1Q20	Δ %
Operating Expenses	(117,541)	(109,993)	6.9%
Operating Expenses/Net Revenue (%)	-54.0%	-53.3%	-65 bps
Selling Expenses	(84,920)	(78,788)	7.8%
Selling Expenses/Net Revenue (%)	-39.0%	-38.2%	-80 bps
General and Administrative Expenses	(32,622)	(31,205)	4.5%
General and Administrative Expenses/Net Revenue (%)	-15.0%	-15.1%	15 bps
Other Operating Expenses	(866)	13,783	106.3%
Total Operating Expenses	(118,408)	(96,210)	23.1%

- ◆ In 1Q21, Operating Expenses (SG&A) increased 6.9% in relation to 1Q20, due to the company's strategic decision of maintaining its medium and long-term structural projects and investments in marketing, despite the performance of stores affected by the closure of malls and the higher share of digital sales.
- ◆ Selling Expenses increased 7.8% in relation to 1Q20, mainly due to: (i) higher investments in digital marketing and campaigns; and (ii) the increase in freight and taxes due to the higher share of the e-commerce operation.

(Cont.)

OPERATING EXPENSES (Cont.)

- ❖ General and Administrative Expenses increased 4.5% between the quarters, mainly due to higher investments in outsourced services related to strategic consulting, which are essential to sustain the growth in the medium and long run.
- ❖ Other operating expenses (income) were significantly higher this quarter than in the previous year. In 1Q20, this item was positively affected by R\$12.8 million resulting from the recognition of tax credits related to PIS and Cofins taxes on imports in previous years. As such, total expenses in 1Q21 were 23.1% higher than in 1Q20. Excluding this effect, total expenses would have increased 8.6% in 1Q21 compared to 1Q20.

ADJUSTED EBITDA AND ADJUSTED EBITDA MARGIN

EBITDA Reconciliation (R\$, 000)	1Q21	1Q20	△ %
Net Income	3,913	19,011	-79.4%
(+) Income and Social Contribution Taxes	(3,542)	(4,762)	-25.6%
(+) Financial Result	8,684	13,716	-36.7%
(+) Depreciation and Amortization	15,944	13,456	18.5%
Total EBITDA	24,999	41,422	-39.6%
(-) Rental expense (IFRS16) ⁽⁴⁾	(14,504)	(11,468)	-26.5%
Adjusted EBITDA	10,495	29,953	-65.0%
Adjusted EBITDA Margin (%)	4.8%	14.5%	-970 bps

(4) The fixed portion of rent expenses, shown here, is booked in the Statement of Cash Flows as "Lease of Right-of-Use Assets," due to the adoption of IFRS 16. More detailed information on the accounting standard is available in Note 24 to the Financial Statements of the Company. For better comparison, we consider "Fixed Rent" the sum of R\$12.8 million related to the lease by reporting period and the reversal of R\$1.7 million related to Discounts Obtained, which are already included in the accounting EBITDA.



❖ Due to the closure of stores during the quarter, the pressure on Gross Margin, higher expenses with structural omnichannel and expansion projects, as well as the new stores and higher rent expenses, the Company registered Adjusted EBITDA of R\$10.5 million, with margin of 4.8%.

NET INCOME AND NET MARGIN

Net Income (R\$'000)	1Q21	1Q20	△ %
Adjusted EBITDA	10,495	29,953	-65.0%
(-) Rental expense (IFRS16)	14,504	11,468	26.5%
(+) Depreciation and Amortization	(15,944)	(13,456)	18.5%
(+) Financial Result	(8,684)	(13,716)	-36.7%
(+) Income and Social Contribution Taxes	3,542	4,762	-25.6%
Net Income	3,913	19,011	-79.4%
Net Income Margin (%)	1.8%	9.2%	-742 bps

- ❖ The Company registered Net Income of R\$3.9 million in 1Q21 as a result of the operating performance during the period, which was significantly affected by the closure of operations during the quarter.



DEBT

Net Debt (R\$, 000)	1Q21	2020	Δ %
Gross Debt	295,222	390,321	-24.4%
Short Term	61,863	277,821	-77.7%
Long Term	233,359	112,500	107.4%
Cash and cash equivalents and Securities	620,783	701,921	-11.6%
Net Debt	(325,561)	(311,600)	-4.5%
Adjusted EBITDA LTM (<i>last twelve months</i>)	196,861	216,319	-9.0%
Net Debt/Adjusted Ebitda	-	1.7x	1.4x
			na

❖ In 1Q21, the Company's gross debt declined 24.4% in relation to December 2020 and already reflects the longer debt profile. Total debt ratio was -1.7x, due to weaker operating performance in the period and higher cash burn.

CAPEX

Investments (R\$, 000)	1Q21	1Q20	Δ %
Total Capex	12,950	14,188	-8.7%
New Stores	4,787	9,633	-50.3%
Reforms and Maintenance	1,822	2,495	-27.0%
Factory	3,502	1,009	247.1%
Systems/IT	2,838	1,034	174.5%
Others	0	17	-100.0%
CAPEX/Net Revenue (%)	5.9%	6.9%	-93 bps

❖ Capital expenditure in the quarter came to R\$12.9 million, down 8.7% from the same period last year, mainly due to: (i) the reduction in renovations and opening of new stores; (ii) the higher investments in the plant to insource production and improvements in technology and machinery; and (iii) heavier investments in IT and systems as part of the technological structuring strategy.

CASH GENERATION

Cash Flow (R\$, 000)	1Q21	1Q20	Δ %
Net Income	3,913	19,011	-79.4%
(+/-) Income and Social Contribution Taxes/Others	(186)	5,120	-103.6%
Adjusted Net Income	3,727	24,131	-84.6%
Working Capital	12,290	8,741	40.6%
Trade receivables	125,268	143,949	-13.0%
Inventories	(47,521)	(35,630)	33.4%
Trade payables	(9,023)	(11,636)	-22.5%
Recoverable taxes	23,817	666	3478.7%
Taxes payable	(60,264)	(50,206)	20.0%
Other assets and liabilities	(19,988)	(38,403)	-48.0%
Cash from Management Operating Activities	16,017	32,872	-51.3%
Capex	(12,950)	(14,188)	-8.7%
Freee Cash Generation (5)	3,067	18,683	-83.6%

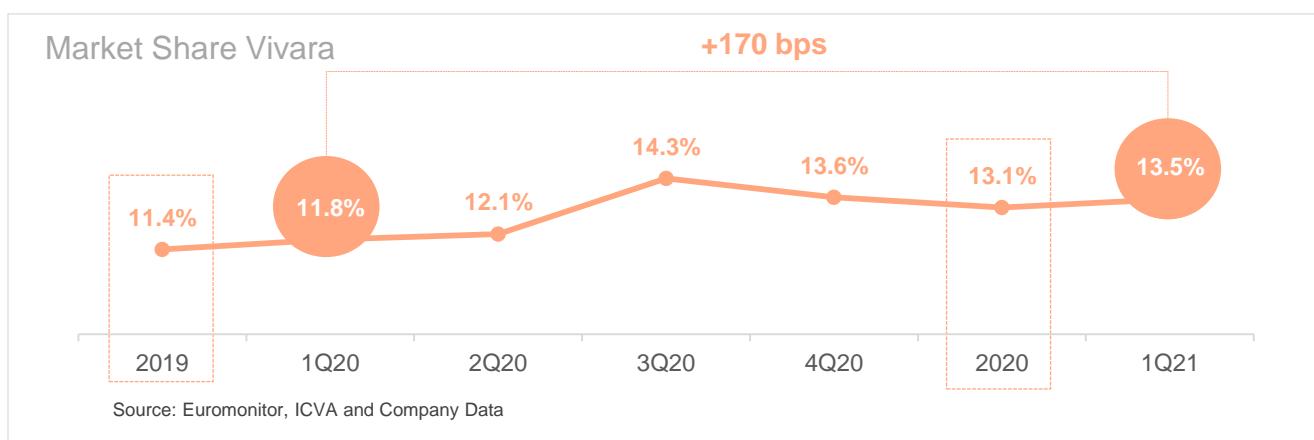
(5) This is a managerial, non-accounting measurement prepared by the Company, which is not in the scope of independent audit.

❖ Vivara generated free cash of R\$3.1 million in 1Q21, down R\$15.6 million from 1Q20, mainly due to the lower result in the period and higher working capital allocation than in 1Q20.

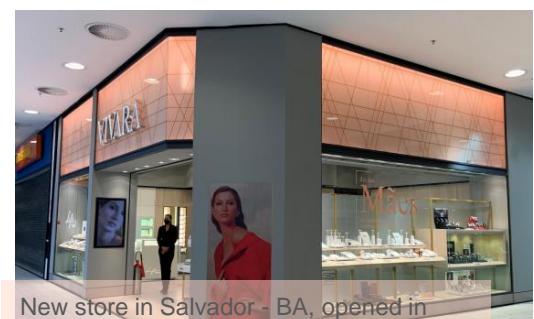
❖ Apart from the adjustments related to income tax (IR) and social contribution (CSLL) and other non-cash items, Net Income was adjusted for rent payments of R\$17.3 million in 1Q21 and R\$11.6 million in 1Q20, which, after the adoption of IFRS 16, are being booked as "Amortization of Right-of-Use Leases" in the cash flow statement under Financing Activities.

OUTLOOK

- ❖ **Q221^(*)** – The year began still with the challenges related to the pandemic, including the intensification of physical distancing measures and the closure of malls in important markets. In April, a significant number of stores were still closed and reopenings started gaining momentum after April 18. Since April 23, 100% of the points of sale have reopened but are still operating with restrictions on business hours and customer traffic. E-commerce continues to partially offset the effect of closures. The Manaus plant is operating at 100% capacity to ensure an optimum inventory mix for the coming months. In April 2021, revenue reached 92% of April 2019 revenue and growth of 272% in relation to April 2020. In May, until the 12th, after strong sales performance on the Mother's Day, revenue grew 16% in relation to May 2019 and 269%, when compared to May 2020. Recalling that stores still operate with restrictions on the flow of customers and reduced hours.
- ❖ **Gain in Market Share and Market Consolidation** – Short-term uncertainties do not change the company's vision of the future. Vivara has structural projects in the pipeline and remains confident of its capacity to consolidate its market leadership through recurring gains in market share. In 1Q21, the Company gained 170 bps of market share, driven by the strengthening of a well-structured digital operation and the fragility of other players.



- ❖ **Expansion Plan** – After revising the expansion plan for 2020 in view of uncertainties brought on by the pandemic, the Company is resuming plans to accelerate growth in 2021 and is planning to open about **40 to 50 Vivara and Life stores**. For the long-term strategy, the Company maintains its commitment to expanding its presence in leading shopping malls across Brazil through organic expansion of its channels. In April, four Vivara stores were inaugurated and in May, the first Life store under the new concept will be inaugurated, with redesigned architecture, team training and compensation better adjusted to the Life model and a bigger inventory. Beyond of 7 Vivara stores.



^(*) Management information, unaudited. May considers sales until the 12th on the last 3 years.

STATEMENT OF INCOME

Financial Statements (R\$,000)	1Q21	1Q20	Δ %
Receita Bruta de Vendas de Mercadorias	339,918	331,879	2.4%
Receita Bruta de Serviços	1,412	1,559	-9.4%
Deduções da Receita Bruta	(55,598)	(57,598)	-3.5%
Trocas e devoluções	(68,002)	(69,609)	-2.3%
Net Revenue	217,730	206,231	5.6%
(-) Cost of Sold Goods	(74,323)	(68,599)	8.3%
(-) Depreciation and Amortization	(714)	(557)	28.2%
(=) Gross Profit	142,693	137,075	4.1%
(-) Operating Expenses	(133,638)	(109,110)	22.5%
Sales	(84,920)	(78,788)	7.8%
Personal	(42,070)	(42,510)	-1.0%
Rentals and common area maintenance fees	(6,172)	(10,606)	-41.8%
Lease discounts	(1,630)	-	na
Freight	(5,066)	(4,452)	13.8%
Commission on credit cards	(4,641)	(4,114)	12.8%
Outsourced services	(1,897)	(3,478)	-45.5%
Marketing/selling expenses	(12,707)	(8,484)	49.8%
Other selling expenses	(10,737)	(5,144)	108.7%
General and Administratives	(32,622)	(31,205)	4.5%
Personal	(16,854)	(16,837)	0.1%
Rentals and common area maintenance fees	(619)	(359)	72.4%
Outsourced services	(11,414)	(7,671)	48.8%
Other General and Administratives expenses	(3,735)	(6,338)	-41.1%
Depreciation and Amortization	(15,230)	(12,899)	18.1%
Share of profit (loss) of subsidiaries	-	-	-
Other Operating Expenses (Revenues)	(866)	13,783	-106.3%
(=) Profit (Losses) Before Financial Results	9,055	27,965	-67.6%
(=) Financial Result	(8,684)	(13,716)	-36.7%
Financial Income (Expenses), net	5,992	7,129	-15.9%
Finance costs, net	(14,677)	(20,845)	-29.6%
(=) Operating Income	370	14,249	-97.4%
Income and Social Contribution Taxes	3,542	4,762	-25.6%
(=) Net Income	3,913	19,011	-79.4%

BALANCE SHEET

Balance Sheet (R\$, 000)	2021	2020
CURRENT ASSETS		
Cash and cash equivalents	365,925	477,319
Securities	48,845	59,725
Trade receivables	285,004	410,263
Due from related parties	-	-
Inventories	410,608	365,184
Recoverable taxes	81,619	101,034
Prepaid expenses and other receivables	12,910	3,262
Derivatives	-	11,767
Total current assets	1,204,912	1,428,554
NONCURRENT ASSETS		
Securities	206,013	164,876
Escrow deposits	13,522	13,457
Due from related parties	-	-
Deferred income tax and social contribution	77,472	67,831
Derivatives	2,617	-
Recoverable taxes	112,378	116,090
Investments	-	-
Property, plant and equipment	359,071	340,907
Intangible assets	10,412	8,981
Total noncurrent assets	781,485	712,142
TOTAL ASSETS	1,986,397	2,140,697
CIRCULANTE		
Suppliers	36,190	53,029
Suppliers Agreement	7,986	169
Borrowings and financing	61,863	277,821
Due to related parties	-	-
Payroll and related taxes	38,219	49,922
Taxes payable	35,477	92,177
Taxes in installments	263	327
Leases payable	12,884	10,367
Leasing liabilities	44,635	39,955
Interest on capital	22,353	22,353
Dividends payable	12,482	12,482
Other payables	29,698	30,441
Total current liabilities	302,050	589,043
NONCURRENT LIABILITIES		
Labor and social security obligations	6,954	6,954
Borrowings and financing	233,359	112,500
Taxes in installments	821	815
Provision for civil, labor and tax risks	25,173	24,636
Leasing liabilities	242,652	235,273
Total noncurrent liabilities	508,959	380,178
EQUITY		
Capital	1,105,381	1,105,381
Legal reserve	119,136	119,136
Earnings reserves	3,913	0
Retained earnings (accumulated losses)	(53,041)	(53,041)
Total equity	1,175,388	1,171,476
TOTAL LIABILITIES AND EQUITY	1,986,397	2,140,697

CASH FLOW

Cash Flow (R\$,000)	1Q21	1Q20	△ %
Net Income	3,913	19,011	-79.4%
Adjust of Net Income	24,605	23,858	3.1%
Adjusted profit for the year	28,518	42,869	-33.5%
Increase (decrease) in operating assets and liabilities:			
Trade receivables	125,268	143,947	-13.0%
Inventories	(47,521)	(35,630)	-33.4%
Trade payables	(9,023)	(11,636)	22.5%
Recoverable taxes	23,817	666	3478.7%
Taxes payable	(60,264)	(50,206)	-20.0%
Other assets and liabilities	(19,988)	(38,403)	48.0%
Cash provided by operating activities	40,808	51,607	-20.9%
Income tax and social contribution paid	(2,535)	(3,492)	27.4%
Paid interest on borrowing and financing	(4,927)	(3,602)	-36.8%
Interest paid on leasing liabilities	(8,203)	(6,886)	na
Net cash provided by operating activities	25,143	37,628	-33.2%
Property, plant and equipment	(10,920)	(13,827)	21.0%
Intangible assets	(2,030)	(362)	-461.5%
Others	(30,257)	-	na
Cash Flow from Investments	(43,206)	(14,188)	-204.5%
Interest on capital / Dividends paid	-	-	-
Borrowings and financings	(103,319)	(3,351)	-2983.4%
Righ-of-use leases	(9,126)	(4,759)	-91.8%
Others	19,115	21,612	na
Cash flow from financing activities	(93,330)	13,503	-791.2%
INCREASE (DECREASE) IN CASH AND CASH EQUIV.	(111,394)	36,943	-401.5%
Opening balance of cash and cash equivalents	477,319	435,844	9.5%
Closing balance of cash and cash equivalents	365,925	472,789	-22.6%

NON-ACCOUNTING MEASURES

- **Adjusted EBITDA and Adjusted EBITDA Margin** - Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization (EBITDA) is a non-accounting measurement disclosed by the Company in compliance with CVM Instruction 527/12. The above calculation is adjusted to eliminate non-recurring effects from the result and, to improve comparison, the effects from the adoption of CPC 06/IFRS 16, which came into effect on January 1, 2019, are also excluded, with such adjustments resulting in Adjusted EBITDA. Non-recurring effects are characterized by one-time effects on the Company's result. Since these amounts are not a recurring portion of the result, the Company opts to make the adjustment so that Adjusted EBITDA considers only recurring numbers. The Company uses Adjusted EBITDA as a measure of performance for managerial purposes and for comparisons with peers.
- **Net Debt** - The Net Debt shown here is the result of the sum of short- and long-term loans in Current Liabilities and Non-Current Liabilities of the Company, subtracted from the sum of Cash and Cash Equivalents and Securities under the Current Assets and Non-Current Assets of the Company.
- The Company believes that the **Net Debt/Adjusted EBITDA ratio** helps in assessing its leverage and liquidity. **LTM Adjusted EBITDA** is the sum of EBITDA in the Last Twelve Months and is also an alternative to operational cash generation.
- **Adjusted EBITDA, Net Debt, Net Debt/LTM Adjusted EBITDA and Operational Cash Generation** presented in this release are not profitability measures as per the accounting practices adopted in Brazil and do not represent the cash flow during the periods and, hence, should not be considered alternative measures to results or cash flows
- **Operating Cash Generation** shown here is a managerial measurement, resulting from the cash flow from operating activities presented in the Statement of Cash Flow (adjusted by "Lease of Right-of-Use Assets," which, after the adoption of CPC 06 / IFRS 16, is booked in the Statement of Cash Flow under financing activities.

DISCLAIMER

The statements contained in this release related to the business outlook, operating and financial projections and growth prospects of Vivara S.A. are merely projections and as such are based exclusively on the expectations of the Company's management concerning the future of the business. Such forward-looking statements depend substantially on changes in market conditions, the performance of the Brazilian economy, the industry and international markets and are, therefore, subject to change without prior notice. All variations presented herein are calculated based on numbers in thousands of reais, as well as rounded figures.

This report includes accounting and non-accounting data, such as pro forma operating and financial information and projections based on expectations of the Company's Management. Note that the non-accounting figures have not been reviewed by the Company's independent auditors.

INVESTOR RELATIONS

Otavio Lyra – Chief Financial and Investor Relations Officer

Melina Rodrigues – IR Executive Manager

Andressa Nunes – IR Analyst

Email: ri@vivara.com.br

Tel: 11 3896-2736 /11 3896-2721

CONFERENCE CALL

Monday, May 17, 2021

Portuguese

Time: 10 a.m. (Brasília)

Connection data

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

English

Time: 9 a.m. (New York)

Connection data

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



VIVARA

