

A close-up photograph of a woman with her hair styled in thick, dark brown braids. She is wearing several pieces of gold jewelry: a ring with a geometric pattern on her left hand, a matching hoop earring, and a wide, textured gold bracelet on her right wrist. Her right hand is resting on her shoulder. The background is softly blurred, showing green foliage. The text is overlaid on a semi-transparent white box in the upper left quadrant.

VIVARA

4T22 • DIVULGAÇÃO DE

RESULTADOS

São Paulo, 16 de março de 2023 - A Vivara Participações S.A. (B3: VIVA3), a maior rede de joalherias da América Latina, divulga os resultados do 4º trimestre de 2022.

## 4T22 - O MELHOR TRIMESTRE DA HISTÓRIA

A Vivara atingiu **FATURAMENTO** de R\$ 820,4 milhões, recorde para um trimestre, com relevante crescimento da participação da categoria **Life**, que representou **37,7%**, uma expansão de **+5,6 p.p.**, na comparação com o 4T21. O reflexo do aumento da participação de Life começa a ser observado na **MARGEM BRUTA** da Companhia, que atingiu **70,8%**, no 4T22. Ainda no trimestre, a Companhia apresentou **diluição** de **DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS**, refletindo a gestão assertiva de recursos e o rígido controle orçamentário.

Sendo 2022, o ano de maior relevância para o plano de expansão da Companhia, o 4T22 foi o trimestre com o maior número de inaugurações na história da Vivara, com a adição de **23 NOVOS PONTOS DE VENDAS**, encerrando o ano com 72 lojas Life e 243 lojas Vivara, além de 21 quiosques.

Como reflexo da aceleração da expansão orgânica, do assertivo mix de produtos em todas as categorias e da robusta estratégia de marketing, o **MARKET SHARE da Vivara** atingiu o patamar de **17,4%**, no final de 2022, uma expansão de 1,4 p.p., nos últimos 12 meses.

### RECEITA BRUTA

(líq. de devoluções)

R\$ 820,4 MM | +16,9% vs 4T21

### Nº PEDIDOS DIGITAIS NA BLACK FRIDAY

178,7 mil pedidos | +55,4% vs 2021

### MARKET SHARE

17,4% em dez/2022 | +1,4 p.p. vs dez/2021

### PARTICIPAÇÃO DE LIFE

37,7% das vendas totais | +5,6 p.p. vs 4T21

### MARGEM BRUTA

70,8% | +2,7 p.p. vs 4T21

### EBITDA AJUSTADO

R\$ 178,0 MM | +31,1% vs 4T21

### MARGEM EBITDA AJUSTADA

27,6% | +2,9 p.p. vs 4T21

### LUCRO LÍQUIDO RECORRENTE

R\$ 157,8 MM | +17,2% vs 4T21

### EXPANSÃO

23 novos pontos de vendas | Recorde de abertura em um trimestre

### CERTIFICAÇÃO RJC

1ª joalheria brasileira certificada pelo *Responsible Jewellery Council*



## DESTAQUES DO TRIMESTRE

Principais Indicadores Financeiros (R\$ mil)	4T22	4T21	Δ % 22vs21	2022	2021	Δ % 22vs21
Receita Bruta (liq. de devoluções)	820.402	701.714	16,9%	2.299.920	1.842.455	24,8%
Receita Líquida	644.045	549.447	17,2%	1.843.735	1.466.387	25,7%
Lucro bruto	456.126	374.147	21,9%	1.270.208	991.478	28,1%
Margem Bruta (%)	70,8%	68,1%	2,7 p.p.	68,9%	67,6%	1,3 p.p.
EBITDA	210.672	153.103	37,6%	490.298	366.516	33,8%
Margem Ebitda (%)	32,7%	27,9%	4,8 p.p.	26,6%	25,0%	1,6 p.p.
EBITDA Ajustado <sup>(1)</sup>	178.002	135.820	31,1%	401.082	301.390	33,1%
Margem Ebitda Ajustada (%)	27,6%	24,7%	2,9 p.p.	21,8%	20,6%	1,2 p.p.
Lucro Líquido	157.753	127.129	24,1%	360.854	298.490	20,9%
Margem Líquida (%)	24,5%	23,1%	1,4 p.p.	19,6%	20,4%	(0,8 p.p.)
Lucro Líquido Recorrente <sup>(3)</sup>	157.753	134.649	17,2%	360.854	287.112	25,7%
Margem Líquida Recorrente (%)	24,5%	24,5%	(0,0 p.p.)	19,6%	19,6%	(0,0 p.p.)
SSS <sup>(2)</sup> (lojas físicas)	4,4%	15,3%	na	20,9%	44,2%	na
SSS (lojas físicas + e-commerce)	6,9%	11,5%	na	15,8%	32,1%	na
Geração de Caixa Operacional <sup>(4)</sup>	80.366	(4.658)	1825,2%	17.429	189.976	-90,8%

(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 refere-se ao "Arrendamento do Direito de Uso", que, pela adoção do IFRS16/CPC06, a partir de janeiro de 2019, deixou de ser contabilizado como aluguel, nas despesas operacionais. A apresentação do EBITDA Ajustado pelo aluguel é importante para refletir o impacto da aceleração da expansão nas métricas operacionais da Companhia. Além do ajuste pelo IFRS16/CPC06, excluiu-se do EBITDA Ajustado efeitos extemporâneos não recorrentes: no período acumulado no ano de 2022 possui efeitos extemporâneos não recorrentes composto por (i) R\$5,5 milhões de Fee de Sucesso pela eliminação de riscos tributários em autos de infração, relacionados ao desembaraço de mercadorias de importação entre 2012 e 2014; e (ii) R\$2,6 milhões referente à pagamento complementar para a DIFAL de 2021; no período acumulado no ano de 2021, excluiu-se possui R\$ 7,5 milhões de efeitos não recorrentes, referente à baixa de créditos de PIS/COFINS, o efeito também está refletido no EBITDA Ajustado do 4T21.

(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) Lucro Líquido Recorrente, considera o benefício de R\$ 18,9 milhões pelo reconhecimento dos créditos de IRPJ e CSLL sobre a inconstitucionalidade da tributação da correção Selic sobre indêbitos tributários.

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



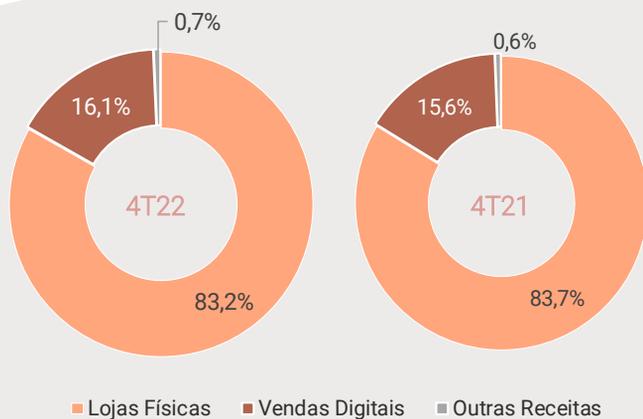
# COMENTÁRIO DO DESEMPENHO FINANCEIRO

## RECEITA BRUTA (Liq. Dev.)

○ A Receita Bruta, líquida de devoluções, do 4T22 atingiu R\$ 820,4 milhões, crescimento de 16,9%, na comparação com o 4T21. Desempenho explicado (i) pelo crescimento de vendas mesmas lojas (SSS de lojas físicas + e-commerce) que atingiu 6,9%; e (ii) pelo aumento de 18,3% de área de vendas, com a adição recorde de 53 novas lojas.

Receita por canal (R\$ mil)	4T22	4T21	Δ % 22vs21	2022	2021	Δ % 22vs21
Receita Bruta (Liq. de devoluções)	820.402	701.714	16,9%	2.299.920	1.842.455	24,8%
Lojas Físicas	682.497	587.676	16,1%	1.973.745	1.505.868	31,1%
Lojas Vivara	565.850	535.802	5,6%	1.723.788	1.398.233	23,3%
Lojas Life	104.052	36.777	182,9%	212.254	62.919	237,3%
Quiosques	12.595	15.098	-16,6%	37.704	44.716	-15,7%
Vendas Digitais	132.248	109.684	20,6%	306.110	320.072	-4,4%
Outros	5.657	4.354	29,9%	20.064	16.514	21,5%
Deduções	(176.331)	(152.268)	15,8%	(456.184)	(376.068)	21,3%
Receita Líquida	644.071	549.447	17,2%	1.843.735	1.466.387	25,7%
SSS (lojas físicas)	4,4%	15,3%	na	20,9%	44,2%	na
SSS (lojas físicas + e-commerce)	6,9%	11,5%	na	15,8%	32,1%	na

## VENDA POR CANAL



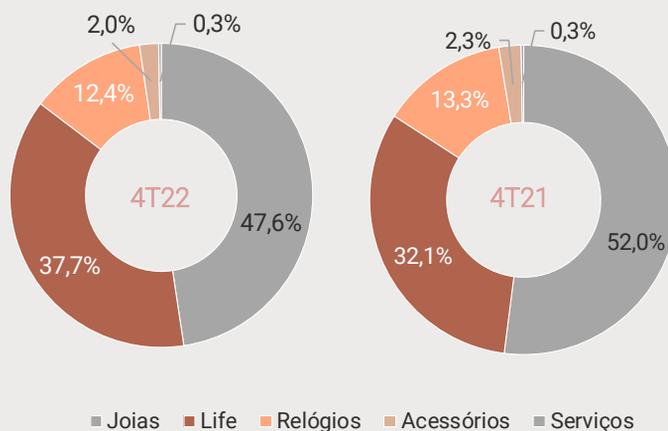
○ As vendas digitais atingiram R\$ 132,2 milhões, 20,6% maiores que no 4T21, com 16,1% de participação nas vendas totais. Esse resultado reflete, principalmente, (i) a força das vendas digitais na Black Friday, com 178,7 mil pedidos, 55,4% a mais que o volume registrado na campanha de 2021, compensando o tráfego das lojas, impactado pelos jogos da Copa do Mundo, e (ii) o aumento da representatividade das vendas de iniciativas de omnicanalidade, que foram 163,7% maiores, quando comparado ao 4T21.



## RECEITA BRUTA (Liq. Dev.) (Cont.)

### VENDA POR CATEGORIA

Quando ao mix de vendas, o destaque do trimestre foi a categoria de Life, que atingiu R\$ 309,2 milhões de faturamento, crescimento de 37,3%, em relação ao 4T21 e ganhou 5,6 p.p. de participação na venda total. Esse desempenho da categoria é explicado, principalmente, pela adição de 37 novas lojas exclusivas da marca Life nos últimos 12 meses, bem como pelo forte crescimento das lojas maduras e acelerada curva de maturação das lojas inauguradas nos últimos 24 meses.



### LOJAS LIFE

- No 4T22 a Companhia apresentou ritmo de expansão ainda mais acelerado para as lojas Life, com 16 aberturas de lojas novas, encerrando o ano de 2022 com 72 lojas exclusivas da marca Life. Acompanhando os principais indicadores do canal, em especial no que diz respeito à coexistência com as lojas Vivara em mesmos shoppings, segue sendo observada uma canibalização baixa, com queda no ano de 2022 de -2,3 p.p. de participação média no mix de venda da categoria Life em lojas Vivara, nos 72 shoppings com os dois canais.
- As 13 lojas com mais de 24 meses, consideradas maduras, apresentam uma receita média de R\$ 5,2 milhões nos últimos 12 meses de operação, com crescimento de *Same Store Sales* (SSS) de 76,1% no ano.
- No 4T22, as lojas Life foram responsáveis por 33,7% das vendas da categoria, 17,8 p.p. maior que a representatividade registrada no mesmo trimestre do ano anterior.

**R\$5,2 milhões**

DE RECEITA MÉDIA  
DE LOJAS  
MADURAS EM 2022

13 lojas, com +24  
meses  
Receita 12 meses

**33,7%**

DE PARTICIPAÇÃO  
DA VENDA DA  
CATEGORIA LIFE  
VINDO DE LOJAS  
EXCLUSIVAS DA  
MARCA

A representatividade  
é 17,8 p.p. maior do  
que no 4T21

**+76,1% SSS**

CRESCIMENTO DE  
SAME STORE  
SALES DE LOJAS  
MADURAS

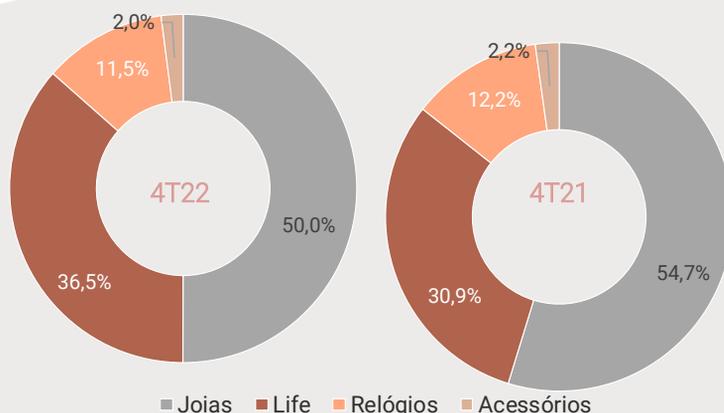
13 lojas, com +24  
meses  
2022 vc 2021

# RECEITA BRUTA (Liq. Dev.) (Cont.)

## VENDAS EM LOJAS FÍSICAS

- No 4T22, a Companhia registrou faturamento de R\$ 682,5 milhões nas lojas físicas, expansão de 16,1%, quando comparado ao 4T21, com SSS de 4,4%.
- Neste trimestre, o crescimento de vendas foi impulsionado pela recomposição do volume de peças vendidas, que no 4T22 cresceu 22,9% quando comparado ao 4T21. A queda de 4,9% no preço médio da Companhia reflete o aumento da participação da categoria Life nas vendas totais.

MIX DE VENDAS EM LOJAS FÍSICAS



- Quanto ao mix de vendas em lojas físicas, destaca-se o crescimento de 5,6 p.p. da categoria Life em comparação ao 4T21. Esse comportamento é explicado, principalmente, pelo aumento de 39 novas lojas exclusivas do conceito Life, adicionadas ao parque, nos últimos 12 meses.

		Abertura por negócio (R\$ mil)			2022			2021		
		4T22	4T21	Δ 22vs21	2022	2021	Δ 22vs21	2022	2021	Δ 22vs21
Vivara	Número de lojas	243	229	14	243	229	14	243	229	14
	Aberturas líquidas	6	13	-7	14	21	-7	21	21	0
	Área de vendas (m²)	22.091	20.841	6,0%	22.091	20.841	6,0%	22.091	20.841	6,0%
	Receita bruta (liq. dev.)	565.850	535.802	5,6%	1.723.788	1.398.233	23,3%	1.723.788	1.398.233	23,3%
	Venda/m² (R\$ mil)	25.614	25.709	-0,4%	78.030	67.090	16,3%	78.030	67.090	16,3%
Life	Número de lojas	72	33	39	72	33	39	72	33	39
	Aberturas líquidas	16	14	2	39	20	19	20	20	0
	Área de vendas (m²)	5.228	2.196	138,1%	5.228	2.196	138,1%	5.228	2.196	138,1%
	Receita bruta (liq. dev.)	104.052	36.777	182,9%	212.254	62.919	237,3%	212.254	62.919	237,3%
	Venda/m² (R\$ mil)	19.902	16.746	18,8%	40.597	28.650	41,7%	40.597	28.650	41,7%
Quiosque	Número de quiosques	21	26	(5)	21	26	(5)	21	26	(5)
	Aberturas líquidas	1	-3	4	-4	-20	16	-4	-20	16
	Área de vendas (m²)	134	170	-21,2%	134	170	-21,2%	134	170	-21,2%
	Receita bruta (liq. dev.)	12.595	15.098	-16,6%	37.704	44.716	-15,7%	37.704	44.716	-15,7%
	Venda/m² (R\$ mil)	93.996	88.809	5,8%	281.370	263.033	7,0%	281.370	263.033	7,0%
Total	Número de pontos de vendas	336	288	48	336	288	48	336	288	48
	Aberturas líquidas	23	24	-1	49	21	28	21	21	0
	Área de vendas (m²)	27.454	23.207	18,3%	27.454	23.207	18,3%	27.454	23.207	18,3%
	Receita bruta (liq. dev.)	682.497	587.676	16,1%	1.973.745	1.505.868	31,1%	1.973.745	1.505.868	31,1%
	Venda/m² (R\$ mil)	24.860	25.323	-1,8%	71.894	64.888	10,8%	71.894	64.888	10,8%

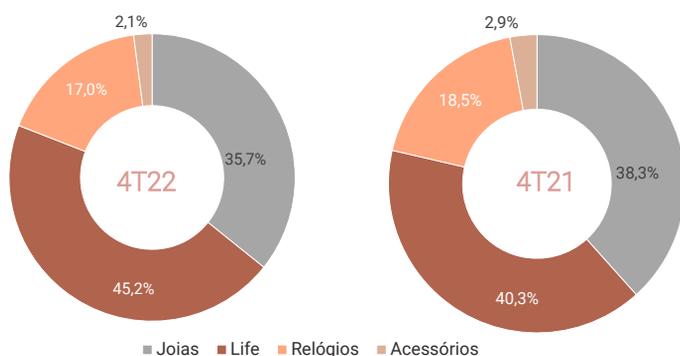
- Com 243 pontos de venda ao final do período, as lojas Vivara apresentaram Receita Bruta (liq. de devoluções) de R\$ 565,9 milhões no 4T22, representando um crescimento de 5,6%, comparado ao 4T21.
- Com grande aceleração na participação das vendas, as lojas exclusivas da marca Life representaram 15,2% da receita do canal físico, participação 9,0 p.p. maior que no 4T21. Essa forte expansão de receita é explicada pela (i) expansão recorde das lojas Life, com 16 inaugurações apenas no 4T22, totalizando 39 novas lojas em 2022, (ii) crescimento do *Same Store Sales* (SSS) de lojas Life acima da média do parque total, (iii) aumento do sortimento de produtos da marca Life, diversificando cada vez mais o portfólio disponível e (iv) a correta estratégia de comunicação e marketing. A venda por m² das lojas Life foram 18,8% superiores, no 4T22, quando comparadas ao mesmo período do ano anterior.
- A retração na receita registrada nos quiosques deveu-se à conversão desse canal em lojas Life e Vivara. Nos últimos 12 meses, a Companhia reduziu em 7 o número de quiosques em operação, sendo 5 quiosques Life convertidos em lojas Life e 2 quiosques híbridos convertidos em lojas Vivara.

## RECEITA BRUTA (Liq. Dev.) (Cont.)

### VENDAS DIGITAIS

- No 4T22, as vendas digitais atingiram R\$ 132,2 milhões, 20,6% maior que o mesmo período do ano passado, representando 16,1% de participação nas vendas totais do trimestre. Esse resultado é reflexo, principalmente, da força das vendas digitais na Black Friday, em que foram registrados 178,7 mil pedidos, 55,4% maior que a Black Friday de 2021 e pelo aumento do número de pedidos de vendas de omnicanalidade, que cresceu 163,7% comparado ao 4T21.
- No 4T22, a categoria Life também foi o destaque do canal digital, com expansão de 4,9 p.p. de participação. A ampliação é explicada, principalmente, pelo aumento do sortimento de produtos da marca Life, diversificando cada vez mais o portfólio disponível na plataforma e a correta estratégia de comunicação e marketing, com maior presença digital.

### MIX DE VENDAS DIGITAIS\*



\*Inclui as vendas do Projeto Jóias em Ação e shipping from store

- O projeto Jóias em Ação, iniciativa de venda direta conduzida pelas vendedoras da rede, representou 18,4% das vendas digitais, -8,3 p.p. menor que a penetração do mesmo trimestre do ano anterior. Esse resultado deve-se, principalmente, à redução no volume de cupons de descontos para vendedoras, parte da estratégia de branding e reforço de posicionamento, além do aumento do fluxo em lojas ao longo do ano, que reduziu a demanda do cliente para atendimento online e aumentou o tempo de assistência das vendedoras ao atendimento presencial, principalmente em um trimestre de alta sazonalidade e fluxo em loja.



## LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA

Lucro Bruto (R\$ mil) e Margem Bruta (%)	4T22	4T21	Δ % 22vs21	2022	2021	Δ % 22vs21
<b>Receita Líquida</b>	<b>644.045</b>	<b>549.447</b>	<b>17,2%</b>	<b>1.843.735</b>	<b>1.466.387</b>	<b>25,7%</b>
<b>Custo Total</b>	<b>(187.919)</b>	<b>(175.300)</b>	<b>7,2%</b>	<b>(573.528)</b>	<b>(474.909)</b>	<b>20,8%</b>
Aquisição de insumos, matérias-primas e produtos	(170.549)	(162.618)	4,9%	(508.271)	(434.154)	17,1%
% Receita Líquida	-26,5%	-29,6%	3,1 p.p.	-27,6%	-29,6%	2,0 p.p.
Despesas Fábrica	(17.370)	(12.682)	37,0%	(65.257)	(40.755)	60,1%
% Receita Líquida	-2,7%	-2,3%	(0,4 p.p.)	-3,5%	-2,8%	(0,8 p.p.)
Pessoal	(14.095)	(10.115)	39,3%	(52.529)	(32.119)	63,5%
% Receita Líquida	-2,2%	-1,8%	(0,3 p.p.)	-2,8%	-2,2%	(0,7 p.p.)
Despesas gerais da fábrica	(1.697)	(1.659)	2,3%	(7.125)	(5.405)	31,8%
% Receita Líquida	-0,3%	-0,3%	0,0 p.p.	-0,4%	-0,4%	(0,0 p.p.)
Depreciação	(1.578)	(908)	73,8%	(5.603)	(3.232)	73,3%
% Receita Líquida	-0,2%	-0,2%	(0,1 p.p.)	-0,3%	-0,2%	(0,1 p.p.)
<b>Lucro Bruto</b>	<b>456.126</b>	<b>374.147</b>	<b>21,9%</b>	<b>1.270.208</b>	<b>991.478</b>	<b>28,1%</b>
<b>Margem Bruta %</b>	<b>70,8%</b>	<b>68,1%</b>	<b>2,7 p.p.</b>	<b>68,9%</b>	<b>67,6%</b>	<b>1,3 p.p.</b>

○ O Lucro Bruto do 4T22 totalizou R\$ 456,1 milhões, crescimento de 21,9%, comparado ao mesmo período de 2021, atingindo Margem Bruta de 70,8%.

○ A expansão de 2,7 p.p. na Margem Bruta, em relação ao 4T21, deveu-se, principalmente, (i) à maior participação de Life na venda total, e (ii) ao menor volume de perdas, que atingiu o menor nível histórico, impulsionado pelo maior volume de purificação de metais, internalizado na fábrica de Manaus, a partir de agosto de 2022. Os dois efeitos geraram diluição de 3,1 p.p. nos Custos de Aquisição de Insumos e Matérias-primas, compensando o aumento nas Despesas de Pessoal de fábrica, desencadeado pelo maior volume produzido em Manaus.

○ 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 otimizar portfólio e gerir custos.



## DESPESAS OPERACIONAIS

Despesas Operacionais	4T22	4T21	Δ % 22vs21	2022	2021	Δ % 22vs21
<b>Despesas Operacionais (SG&amp;A)</b>	<b>(252.424)</b>	<b>(215.193)</b>	<b>17,3%</b>	<b>(784.611)</b>	<b>(618.855)</b>	<b>26,8%</b>
% Receita Líquida	-39,2%	-39,2%	(0,0 p.p.)	-42,6%	-42,2%	(0,4 p.p.)
<b>Despesas com Vendas</b>	<b>(194.965)</b>	<b>(159.415)</b>	<b>22,3%</b>	<b>(589.440)</b>	<b>(457.609)</b>	<b>28,8%</b>
% Receita Líquida	-30,3%	-29,0%	(1,3 p.p.)	-32,0%	-31,2%	(0,8 p.p.)
<b>Despesas Gerais e Administrativas</b>	<b>(57.459)</b>	<b>(55.778)</b>	<b>3,0%</b>	<b>(195.171)</b>	<b>(161.246)</b>	<b>21,0%</b>
% Receita Líquida	-8,9%	-10,2%	1,2 p.p.	-10,6%	-11,0%	0,4 p.p.
<b>Outras Despesas (Receitas) Operacionais</b>	<b>4.186</b>	<b>(6.758)</b>	<b>-161,9%</b>	<b>(2.106)</b>	<b>(9.338)</b>	<b>77,4%</b>
<b>Total de Despesas</b>	<b>(248.238)</b>	<b>(221.952)</b>	<b>11,8%</b>	<b>(786.718)</b>	<b>(628.194)</b>	<b>-25,2%</b>

○ As Despesas Operacionais (SG&A) do trimestre atingiram R\$ 252,4 milhões, o equivalente a 39,2% da Receita. O destaque do período foi a alavancagem operacional vinda das Despesas Gerais e Administrativas que neutralizou a pressão das despesas fixas de vendas, pela aceleração da expansão orgânica.

○ As Despesas com Vendas aumentaram 22,3%, uma pressão de 1,3 p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior, impactadas, principalmente, (i) pelo aumento das despesas de aluguel em razão da aceleração do plano de expansão, com a adição de 53 novas lojas no ano, além de um volume expressivo de 28,3% do parque ainda em maturação, e o consequente impacto das despesas fixas de locação; (ii) pelo reajuste das operadoras de cartão de crédito, após 2 anos de congelamento de preços; e (iii) pelo aumento das despesas de marketing em virtude da expansão e empoderamento da marca Life, bem como pela campanha de 60 anos da Companhia. Vale ainda destacar a reversão da provisão da DIFAL, constituído para o período de janeiro a junho, no montante de R\$ 2,2 milhões, beneficiando as Despesas com Vendas.

## DESPESAS OPERACIONAIS (Cont.)

- As Despesas Gerais e Administrativas cresceram 3,0%, o equivalente a 8,9% da Receita Líquida do ano. A alavancagem operacional de 1,2 p.p. reflete a estrutura administrativa normalizada da Companhia, que vinha crescendo desde a abertura de capital, em outubro de 2019. A diluição registrada é uma importante sinalização de tendência a ser observada para os próximos anos.

## EBITDA AJUSTADO E MARGEM EBITDA AJUSTADA

Reconciliação do EBITDA (R\$ mil)	4T22	4T21	Δ % 22vs21	2022	2021	Δ % 22vs21
Lucro Líquido	157.753	127.129	24,1%	360.854	298.490	20,9%
(+) IR/CSLL	10.205	(6.682)	252,7%	(29.820)	(35.313)	-15,6%
(+) Resultado financeiro	12.280	11.851	3,6%	45.338	31.509	43,9%
(+) Depreciação e Amortização	30.434	20.805	46,3%	113.926	71.830	58,6%
<b>EBITDA Total</b>	<b>210.672</b>	<b>153.103</b>	<b>37,6%</b>	<b>490.298</b>	<b>366.516</b>	<b>33,8%</b>
(-) Despesa de aluguel ( IFRS16)	(32.670)	(24.803)	31,7%	(97.297)	(72.647)	33,9%
(+) Efeitos não recorrentes	-	7.520	na	8.081	7.520	na
<b>EBITDA AJUSTADO</b>	<b>178.002</b>	<b>135.820</b>	<b>31,1%</b>	<b>401.082</b>	<b>301.390</b>	<b>33,1%</b>
<i>Margem Ebitda Ajustada (%)</i>	<i>27,6%</i>	<i>24,7%</i>	<i>2,9 p.p.</i>	<i>21,8%</i>	<i>20,6%</i>	<i>1,2 p.p.</i>

- No 4T22, a Companhia registrou R\$ 178,0 milhões de EBITDA Ajustado, com Margem EBITDA Ajustada de 27,6%. O crescimento de 31,1% reflete o bom ritmo de vendas e a correta composição de estoque em todas as categorias.
- A Margem EBITDA Ajustada foi beneficiada pela expansão de 2,7 p.p. de Margem Bruta e pela alavancagem operacional de 1,2 p.p., vinda das Despesas Gerais e Administrativas. A combinação dos dois efeitos mencionados acima foram mais que suficientes para neutralizar o impacto do aumento das Despesas com Vendas, decorrente da forte expansão de lojas físicas do período.

## LUCRO LÍQUIDO E MARGEM LÍQUIDA

Reconciliação do Lucro Líquido (R\$ mil)	4T22	4T21	Δ % 22vs21	2022	2021	Δ % 22vs21
EBITDA Ajustado	178.002	135.820	31,1%	401.082	301.390	33,1%
<i>Margem Ebitda Ajustada (%)</i>	<i>27,6%</i>	<i>24,7%</i>	<i>2,9 p.p.</i>	<i>21,8%</i>	<i>20,6%</i>	<i>1,2 p.p.</i>
(-) Despesa de aluguel ( IFRS16)	32.670	24.803	31,7%	97.297	72.647	33,9%
(-) Efeitos não recorrentes (Despesas Operacionais)	-	(7.520)	na	(8.081)	(7.520)	na
(+) Depreciação e Amortização	(30.434)	(20.805)	46,3%	(113.926)	(71.830)	58,6%
(+) Resultado financeiro	(12.280)	(11.851)	3,6%	(45.338)	(31.509)	43,9%
(+) IR/CSLL	(10.205)	6.682	-252,7%	29.820	35.313	-15,6%
Lucro Líquido	157.753	127.129	24,1%	360.854	298.490	20,9%
<i>Margem Líquida Ajustada (%)</i>	<i>24,5%</i>	<i>23,1%</i>	<i>1,4 p.p.</i>	<i>19,6%</i>	<i>20,4%</i>	<i>(0,8 p.p.)</i>
Efeito one-off (IR/CSLL)	-	7.520	na	-	(11.378)	-100,0%
<b>Lucro Líquido Recorrente</b>	<b>157.753</b>	<b>134.649</b>	<b>17,2%</b>	<b>360.854</b>	<b>287.112</b>	<b>25,7%</b>
<i>Margem Líquida Recorrente (%)</i>	<i>24,5%</i>	<i>24,5%</i>	<i>(0,0 p.p.)</i>	<i>19,6%</i>	<i>19,6%</i>	<i>(0,0 p.p.)</i>

- A Companhia registrou Lucro Líquido de R\$ 157,8 milhões no 4T22 e Margem Líquida de 24,5%.
- O resultado do período é reflexo do (i) sólido desempenho operacional, em especial, decorrente da alavancagem operacional, observada nas Despesas Gerais e Administrativas, (ii) da melhoria da rentabilidade bruta em todas as categorias, e (iii) do alto volume de vendas no período.



## ENDIVIDAMENTO

Dívida Líquida (R\$ mil)	2022	9M22	Δ %	2021	Δ %
Empréstimos e Financiamentos	225.157	235.159	-4,3%	291.213	-22,7%
Curto Prazo	116.970	75.367	55,2%	127.176	-8,0%
Longo Prazo	108.186	159.792	-32,3%	164.037	-34,0%
Caixa e Equivalentes de Caixa	382.867	337.636	13,4%	653.700	-41,4%
Caixa Líquido	157.710	102.477	53,9%	362.487	-56,5%
EBITDA Ajustado LTM ( <i>últimos 12 meses</i> )	401.082	358.665	11,8%	301.390	33,1%
Caixa Líquido Ajustado/Ebitda Ajustado	0,4x	0,3x	na	1,2x	na

Em 2022, o Endividamento Bruto da Companhia reduziu em 22,7%, quando comparado a dezembro de 2021, principalmente, pela amortização de R\$ 55,3 milhões, no 1T22. O caixa líquido do período foi menor em 56,5%, em razão da maior alocação em capital de giro e maior volume de investimentos do período.

## INVESTIMENTOS - CAPEX

Investimentos (R\$ mil)	4T22	4T21	Δ % 22vs21	2022	2021	Δ % 22vs21
Capex Total	31.314	45.868	-31,7%	137.731	102.009	35,0%
Novas lojas	15.736	22.617	-30,4%	64.699	61.732	4,8%
Reformas e Manutenção	3.337	963	246,7%	20.398	4.523	351,0%
Fábrica	1.502	4.867	-69,1%	8.259	11.340	-27,2%
Sistemas/TI	6.042	16.321	-63,0%	26.143	23.710	10,3%
Outros	4.697	1.100	327,0%	18.231	703	-
CAPEX/Receita Líquida (%)	4,9%	8,3%	(3,5 p.p.)	7,5%	7,0%	0,5 p.p.

No 4T22, os investimentos totalizaram R\$ 31,3 milhões, 31,7% menor que os investimentos do 4T21. Os principais investimentos do período foram (i) a inauguração de novas lojas Vivara e Life; (ii) o aumento de reformas para melhoria e modernização do parque de lojas, adequando operações aos novos layouts de lojas; (iii) tecnologias e sistemas de TI e; (iv) pelos investimentos restantes na nova sede da Companhia.

# GERAÇÃO DE CAIXA

Geração de Caixa (R\$ mil)	4T22	4T21	Δ % 22vs21	2022	2021	Δ % 22vs21
Lucro Líquido	157.753	127.129	24,1%	360.854	298.490	20,9%
(+/-) IR/CSLL e Outros Ajustes	10.806	(9.205)	217,4%	486	(24.949)	101,9%
Lucro Líquido Ajustado	168.559	117.923	42,9%	361.340	273.541	32,1%
Capital de Giro	(88.193)	(122.582)	-28,1%	(343.911)	(83.565)	311,5%
Contas a Receber	(216.901)	(186.408)	16,4%	(131.616)	(121.796)	8,1%
Estoques	64.684	5.388	1100,6%	(182.618)	(160.163)	14,0%
Fornecedores	(42.463)	(44.683)	-5,0%	(12.348)	104.358	-111,8%
Impostos a Recuperar	(3.539)	(7.279)	-51,4%	(32.122)	15.787	-303,5%
Obrigações Tributárias	47.503	90.788	-47,7%	(15.456)	50.708	-130,5%
Outros ativos e passivos	62.521	19.612	218,8%	30.248	27.542	9,8%
Caixa das Atividades Operacionais Gerencial	80.366	(4.658)	1825,2%	17.429	189.976	-90,8%
Capex	(31.315)	(45.868)	-31,7%	(137.731)	(104.078)	32,3%
Consumo de Caixa Livre <sup>(5)</sup>	49.051	(50.526)	197,1%	(120.302)	85.898	-240,1%

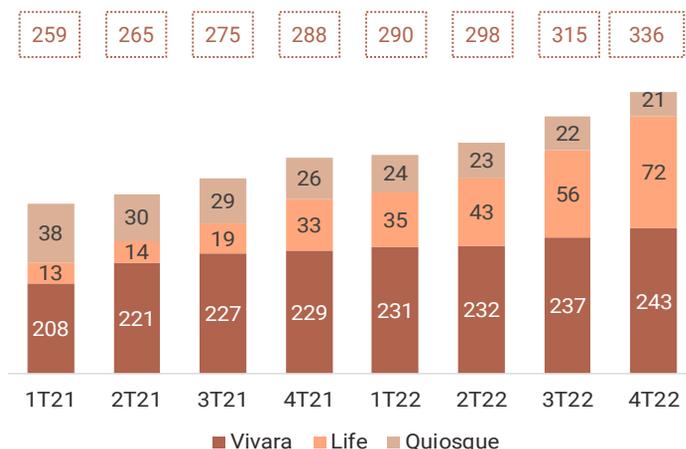
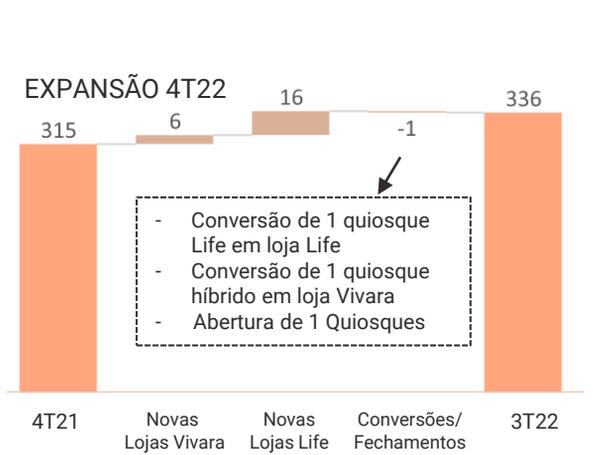
(5) Essa é uma medição gerencial, não contábil, elaborada pela Companhia, e não é parte integrante do escopo de trabalho da auditoria independente.

⦿ A Companhia gerou R\$ 49,1 milhões de caixa livre no 4T22, principalmente pela menor alocação em capital de giro e menor volume de investimentos do período.

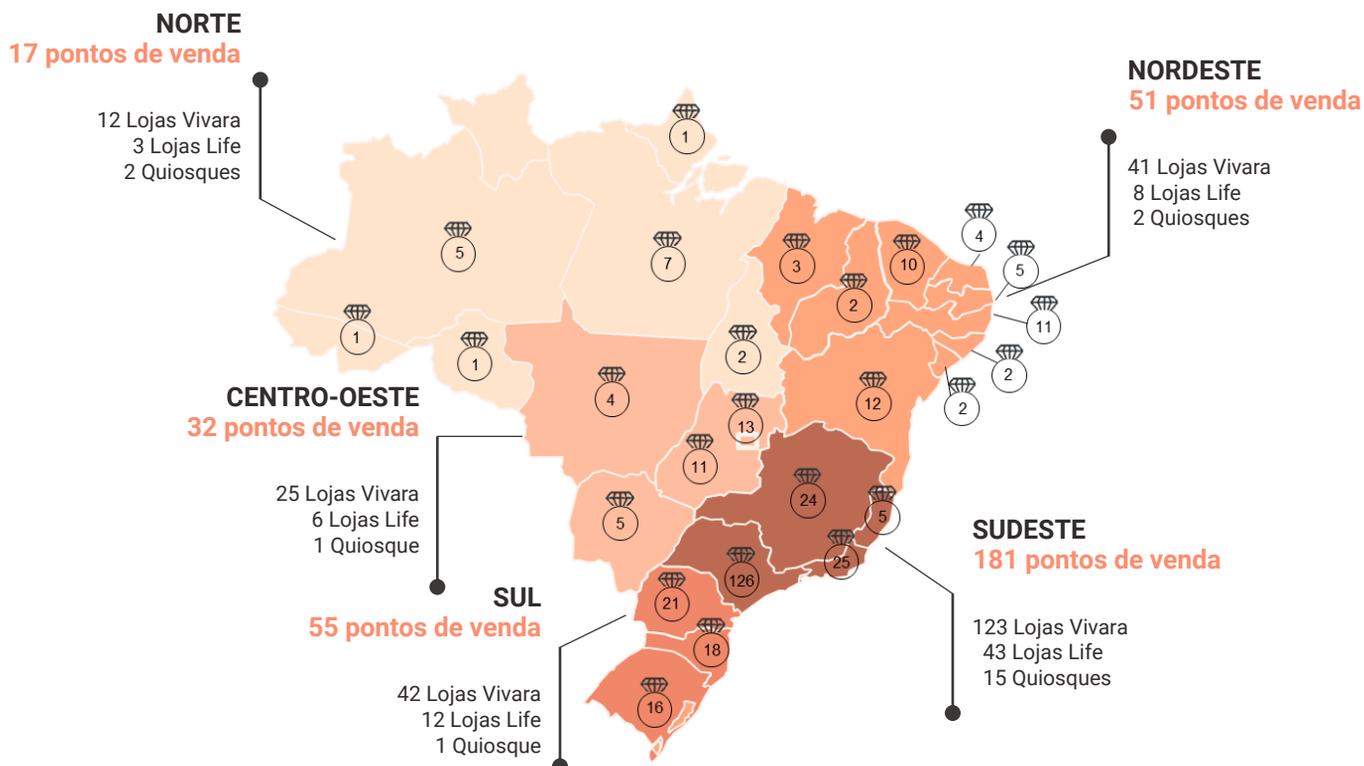


# EXPANSÃO

○ Batendo o recente recorde histórico de aberturas atingido no 3T22, o plano de expansão do 4T22 incluiu a abertura de 6 novas lojas Vivara, 16 novas lojas Life e 2 novos quiosques.



## QUANTIDADE DE LOJA POR ESTADO





VIVARA  
BALANÇO ANUAL

---

. 2022 .

## Mensagem da Administração

Nos últimos dois anos, fortalecemos o nosso planejamento estratégico, para definir os melhores caminhos a seguir e nos estruturamos para transformar a história da Vivara e entregar o melhor ano da história. Se eu pudesse definir o ano de 2022 em uma frase, diria que esse foi o ano da colheita. Os projetos que implementamos nos dois últimos anos foram fundamentais para a melhoria de eficiência das nossas operações. O tripé de atuação da Vivara, que une operação de varejo, indústria e gestão de marca, foi o direcionador para a estruturação das iniciativas que trilhamos, para ampliar, ainda mais, nossa liderança de mercado.

Em 2022, atingimos 17,4% de *market share*, nos últimos dois anos, expandimos nossa liderança em 4,1 p.p. O faturamento expressivo de R\$ 2,3 bilhões, registrado nesse ano, veio acompanhado pela melhoria de rentabilidade bruta em todas as categorias e com alavancagem operacional, impulsionada pelas despesas gerais e administrativas. Vimos a nossa marca Life ganhar ainda mais robustez e se materializar como a segunda maior joalheria do país, com mais de R\$ 746,0 milhões de receita e 72 pontos de venda exclusivos, espalhados pelo país. O projeto de empoderamento da marca ganhou ainda mais força e estabeleceu a Life como o grande driver de crescimento para os próximos anos. Com o monitoramento constante de indicadores que vão desde a maturação das lojas, até a canibalização da categoria e, conseqüente, coexistência dos canais Life e Vivara, ganhamos ainda mais confiança para seguir com a expansão acelerada desse canal.

A expansão orgânica das marcas Life e Vivara foi um dos grandes destaques do período. Com foco em qualidade na execução, concretizamos o maior plano anual de expansão, com a adição de 53 novas lojas. Em 2023, vamos buscar ainda mais entendimento das jornadas dos nossos clientes e da nossa força de vendas para os dois canais, para identificar oportunidades e aprimoramento do nível de serviço.

A indústria ganhou ainda mais relevância na estratégia e alocação de capital. Em 2022, buscamos mapear todos os processos produtivos para direcionar o projeto da nova fábrica com foco em melhoria de eficiência e mais qualidade das

peças produzidas. A nossa indústria entregou mais de 3,7 milhões de peças, em 2022, incorporou novas tecnologias e agora se prepara para o futuro. Em 2023, a nova fábrica estará pronta para garantir mais capacidade instalada e ainda mais qualidade aos produtos desejados pelos nossos clientes.

Nossa marca segue como o nosso maior e mais importante ativo. Fomos responsáveis por 50% de todas as buscas por joias no Google e, pelo segundo ano consecutivo, fomos ranqueados pela Deloitte entre as 100 marcas de luxo mais poderosas do mundo e entre as 15 marcas que mais cresceram.

“

*Como líderes de mercado, entendemos o nosso papel de construir uma agenda de desenvolvimento sustentável e atuar de forma direta para discussões importantes no fortalecimento do setor.*

”

Em um ano em que o setor de joalheria busca caminhos para avançar na agenda de mineração responsável, a Vivara se posiciona como referência absoluta para o setor, defendendo e apoiando formas justas e éticas de mineração, entendendo que assim promove o desenvolvimento sustentável do país, com respeito à vida, às pessoas e ao meio ambiente. Todo o ouro de primeira extração utilizado na nossa produção vem de minas brasileiras da região de Goiás e Minas Gerais, fora de áreas indígenas, e com certificação LBMA - *London Bullion Market Association*, conhecido

## Mensagem da Administração

como “Ouro Responsável” e adquirido da mineradora Anglo Gold Ashanti, que está entre as maiores produtoras de ouro do Brasil, com mais de 180 anos de mercado, garantindo que toda a extração e operação das minas seja feita de maneira correta e justa. Ainda, como líderes de mercado, entendemos o nosso papel de construir uma agenda de desenvolvimento sustentável e atuar de forma direta para discussões importantes no fortalecimento do setor. E com o objetivo de liderar pelo exemplo, nos tornamos, a primeira e a única joalheria brasileira a obter a certificação RJC - *Responsible Jewellery Council*, que chancela processos éticos e responsáveis na cadeia produtiva do setor de joias e relógios. Através de um criterioso processo de auditoria externa em todas as nossas operações, fomos assegurados, quanto a nossa diligência e responsabilidade social e ambiental, em nossa cadeia produtiva, desde a origem da matéria-prima, passando pelo processo produtivo, até a venda de nossas joias.

“*Fomos responsáveis por 50% de todas as buscas por joias no Google e, pelo segundo ano consecutivo, fomos ranqueados pela Deloitte entre as 100 marcas de luxo mais poderosas do mundo e entre as 15 marcas que mais cresceram.*”

Somos também membros da IRMA - *Initiative for Responsible Mining Assurance*, uma comunidade global que engaja mineradoras, indústrias, entidades setoriais, organizações não governamentais e sociedade civil em boas práticas

e na responsabilidade compartilhada na cadeia produtiva. Atualmente, cerca de 25% do ouro utilizado para a confecção das joias é proveniente de campanhas de economia circular (Semana Ouro), otimizando o rendimento de recursos e fazendo circular os produtos em desuso. A reutilização do ouro evita a emissão de 98% de CO2 se comparado à extração primária.

Acreditando também que as melhores pessoas, fazem o melhor lugar para se trabalhar, em 2022 a Vivara recebeu pela primeira vez a Certificação *Great Place to Work®*, que reconhece todas as organizações que fazem um excelente trabalho com seus colaboradores. O *Great Place to Work®* (GTPW) é uma consultoria global que apoia organizações a obter resultados melhores, por meio de uma cultura de confiança, alto desempenho e inovação.

Toda essa entrega fica ainda mais especial no ano em que a Vivara celebra 60 anos de história. A longevidade da marca é reflexo direto do equilíbrio entre tradição e inovação. Seguimos cuidando dos detalhes de cada joia e olhando para o cliente com atenção. Esses cuidados que permaneceram na essência da marca mesmo depois da expansão e do crescimento.

Seguimos com muitos desafios, mas como somos incansáveis em entregar mais e melhor, entramos em 2023 confiantes de que o melhor ano ainda está por vir. Meu muito obrigado aos que confiam no nosso trabalho, em especial, às pessoas, que ao meu lado, têm garantido a entrega consistente de resultados surpreendentes.



**Paulo Kruglensky**  
CEO

## Planejamento Estratégico 2023

Com foco nos quatro pilares estratégicos: Transformação digital, Produto & cliente, Crescimento & marca e Sustentação do negócio, o ano de 2022 foi marcado por diversos projetos e conquistas que ajudaram a impulsionar a Vivara a consolidar cada vez mais a liderança do mercado de joias no Brasil.

No pilar de **Sustentação do Negócio**, houve avanços em importantes frentes habilitadoras. Foi concluída em setembro, a migração da plataforma de e-commerce para a **VTEX**, trazendo novas funcionalidades e melhor desempenho para a venda digital. Em outubro, a Companhia migrou as atividades de backoffice para o **SAP S/4HANA**, com o objetivo de garantir mais agilidade nas rotinas administrativas, processos mais robustos e estáveis, transparência e controle para a operação. Em agosto, a mudança para a nova sede da Vivara garantiu a integração das estruturas físicas das áreas corporativas, logística, serviço de atendimento ao cliente e assistência técnica, além da integração do estoque de e-commerce com o centro de distribuição, trazendo mais **eficiência operacional**. A área de logística incrementou a pulverização das entregas, habilitando novos fornecedores, trazendo a possibilidade de rápida resposta para casos de paralizações e aumentando a oferta de alternativas para a gestão otimizada do frete.

Também houve projetos de grande relevância na fábrica, como a internalização de novos processos da produção, como malha de pulseiras, cravação em cera, corte a laser e produção em tubo oco, que trazem mais rentabilidade aos produtos e agilidade na recomposição de estoque. Outros ganhos de eficiência vieram com a implementação do processo de fundição direta. Ainda na fábrica, foi implantada uma estação de purificação de metais, reduzindo o volume de perdas com o melhor aproveitamento da matéria prima.

2022 também foi um ano em que a Companhia foi reconhecida pelo trabalho de engajamento que vem fazendo com seus colaboradores, sendo certificada pela primeira vez como uma das melhores empresas para se trabalhar, pelo **Great Place to Work®**.

Outro tema de grande priorização no Planejamento Estratégico 2022 foi a agenda ASG (Ambiental, Social e Governança), que também integra o pilar de Sustentação do Negócio, com objetivos a serem desdobrados nos próximos ciclos. A Companhia teve importantes avanços na ampliação da auditoria de fornecedores diretos, atingindo 100% de aderência e nota média de 96,5% de atendimento ao checklist de exigências, um aumento de 26,5% em comparação a 2020, quando iniciamos o programa. Além disso, a Vivara passou a aplicar a autoavaliação socioambiental nos fornecedores de relógios e embalagens.

Em julho, a Companhia concluiu o processo de auditoria para obtenção da Certificação do Responsible Jewellery Council (RJC), e em novembro se tornou a primeira joalheria brasileira a obter a certificação. Com duração de 3 anos, a certificação reflete a excelência e confiabilidade dos processos internos. Considerando aspectos de responsabilidade social, ambiental e



## Planejamento Estratégico 2023

ética em todo negócio, o RJC é a principal autoridade em certificação de padrões na indústria global de relógios e joias, e trabalha com membros de todo mundo para criar uma cadeia de suprimentos sustentável. Esse reconhecimento reflete o compromisso da Vivara em permear as questões de Sustentabilidade nas decisões diárias, garantindo o envolvimento e compromisso de todos.

Outro forte direcionamento no Planejamento Estratégico de 2022, no pilar de **Crescimento & Marca**, a expansão orgânica de lojas físicas alcançou nível recorde, com a inauguração de 53 novos pontos de venda no ano, contemplando a também recorde abertura de 39 novas lojas Life. Ainda mirando Crescimento & Marca, o expressivo ganho de 1,4 p.p. do market share da Companhia nos últimos 12 meses,

atingindo o patamar de 17,4% em dezembro, refletindo, não apenas a forte estratégia de expansão física, mas também a correta gestão de portfólio e a estratégia de marketing.

Nesse cenário de evolução, a Vivara iniciou o ano de 2023, preparando a base para um novo ciclo da Companhia. Mantendo o direcionamento dentro dos quatro pilares e com objetivos de longo prazo, este será um ano de importantes avanços.

No pilar de **Sustentação do Negócio**, há o desenvolvimento da nova fábrica em Manaus, para implantação em 2023. Com um projeto focado em melhoria de qualidade, ganhos de eficiência e expansão da capacidade produtiva, o novo espaço terá uma área de aproximadamente 10 mil m<sup>2</sup> (mais que o dobro da atual fábrica), com capacidade para triplicar o volume de itens produzidos nos próximos 5 anos. No mesmo pilar, estão os objetivos relacionados à construção da identidade ASG do grupo Vivara no mercado brasileiro.

Com ações focadas na ampliação da fidelização e retenção de clientes, bem como na otimização contínua do portfólio, o pilar estratégico de **Produto & Cliente** direciona todas as iniciativas para entender melhor a jornada de compra de cada canal, e busca oportunidades na agenda de CRM e no aprimoramento do padrão de qualidade dos produtos de todas as marcas do grupo.



## Planejamento Estratégico 2023

No pilar estratégico de **Crescimento & Marca**, as ações focadas em ampliação de *brand awareness* e de ampliação da liderança do grupo Vivara no mercado nacional seguem o direcionamento de forte expansão orgânica de lojas, crescimento de Receita e fortalecimento da marca Life no mercado brasileiro de joias e presenteáveis.

Fechando o ciclo do Planejamento Estratégico, o pilar de **Transformação Digital**, que direciona a Companhia para as transformações tecnológicas necessárias para estruturar a Vivara do futuro, tem foco em ações de omnicanalidade e experiência de compra, automatização de processos internos, incremento de projetos de arquiteturas de dados, implementação da segunda onda do SAP S/4Hana e incentivo e promoção da cultura de inovação na Companhia.

Com todas as engrenagens girando e com objetivos claros, a Companhia inicia mais um ano bem posicionada para focar no futuro, garantindo um caminho pavimentado para o seu desenvolvimento e crescimento orgânico.

Nossos  
pilares  
estratégicos



Nossa  
Aspiração  
2023

“  
*Aprimorar o relacionamento com nossos clientes, o desenvolvimento e capacitação dos nossos talentos para suportar o aumento de nossa capacidade produtiva com qualidade e a expansão acelerada dos canais.*  
”

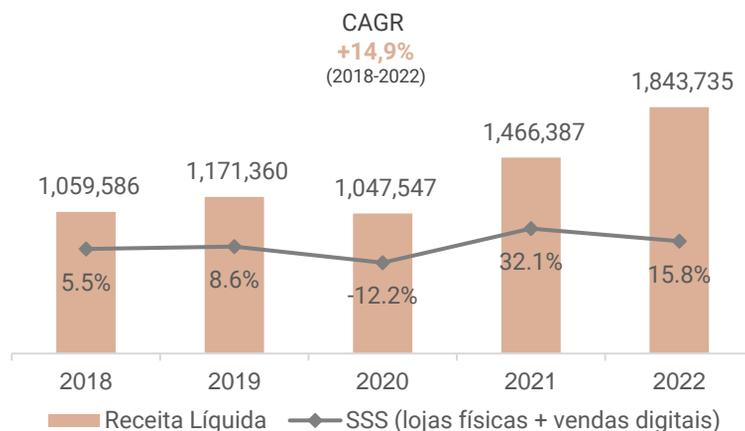
## Comentário de Desempenho Financeiro

### RECEITA

Em 2022, a Receita Líquida da Companhia cresceu 25,7%, em relação ao ano anterior.

O destaque do ano foi o crescimento de 36,3% da Receita da categoria Life, que atingiu R\$ 746,1 milhões. Em 2022, o faturamento da categoria Life chegou a 32,4% da receita total da Companhia, + 2,7 p.p. na comparação com o ano anterior.

A Receita da categoria de Joias registrou 19,8% de crescimento em relação a 2021, atingindo R\$ 1,2 bilhão, reflexo do trabalho de ampliação de sortimento para essa categoria.



O faturamento das lojas físicas foi 31,1% maior que o registrado em 2021. Esse desempenho é explicado (i) pelo crescimento de vendas mesmas lojas (SSS de lojas físicas) que atingiu 20,9%; e (ii) pelo aumento de 18,3% de área de vendas, com a adição recorde de 53 novas lojas, das marcas Life e Vivara. A Companhia encerrou o ano com 336 operações, sendo 243 lojas Vivara, 72 lojas Life e 21 quiosques.

As lojas exclusivas da marca Life registraram R\$ 212,3 milhões de receita, representando 10,7% das vendas de lojas físicas e 9,2% das vendas totais. A curva de maturação acelerada e os baixos níveis de canibalização registrados de forma consistente pelas lojas inauguradas, ao longo dos meses são os balizadores da decisão de manter o ritmo acelerado de expansão desse canal.

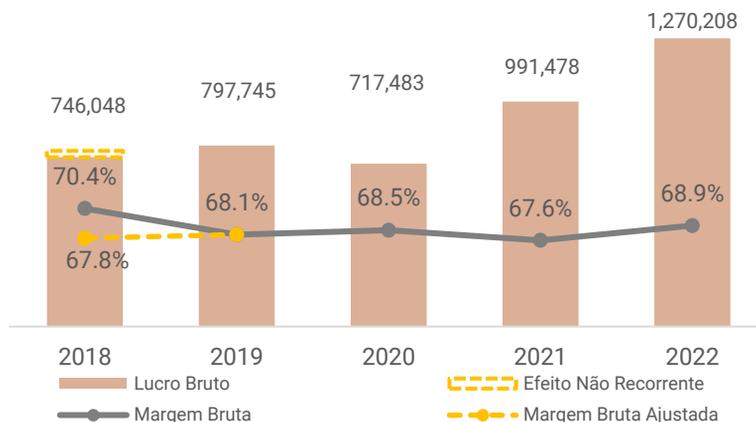
As Vendas Digitais registraram 13,3% de participação na Receita da Companhia, atingindo R\$ 306,1 milhões, -4,4% de retração na comparação com ano passado. Esse resultado é reflexo, principalmente, do aumento do fluxo nos shoppings e retomada do protagonismo das lojas físicas na jornada do cliente e da estratégia de marketing da Companhia que, em 2022, buscou mais foco em branding e menor participação em campanhas promocionais.

O Same Store Sales (SSS Lojas físicas + vendas digitais) total no período foi de 15,8%.

### LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA

O Lucro Bruto de 2022 totalizou R\$ 1.270,2 milhões, aumento de 28,1% em relação ao ano anterior, com expansão de 1,3 p.p. na Margem Bruta, que atingiu 68,9%.

A Margem Bruta do ano atingiu 68,9%, refletindo a maior participação da categoria Life nas vendas da Companhia e a correta política de precificação, que em conjunto foram mais que suficientes para neutralizar o efeito do aumento de despesas da fábrica no período.



## DESPESAS OPERACIONAIS

Despesas Operacionais	2022	2021	Δ % 22vs21
Despesas Operacionais (SG&A)	(784.611)	(618.855)	26,8%
% Receita Líquida	-42,6%	-42,2%	(0,4 p.p.)
Despesas com Vendas	(589.440)	(457.609)	28,8%
% Receita Líquida	-32,0%	-31,2%	(0,8 p.p.)
Despesas Gerais e Administrativas	(195.171)	(161.246)	21,0%
% Receita Líquida	-10,6%	-11,0%	0,4 p.p.
Outras Despesas (Receitas) Operacionais	(2.106)	(9.338)	77,4%
<b>Total de Despesas</b>	<b>(786.718)</b>	<b>(628.194)</b>	<b>-25,2%</b>

- Em 2022, as Despesas Operacionais (Vendas, Gerais e Administrativas – ex. Depreciação) cresceram 26,8%, atingindo R\$ 784,6 milhões, o equivalente a 42,6% da Receita Líquida do período. O destaque positivo foi as Despesas Gerais e Administrativas que apresentaram alavancagem operacional, neutralizando parte da pressão incorrida pela aceleração da expansão.
- As Despesas com Vendas aumentaram 28,8%, uma pressão de 0,8 p.p. em relação ao ano anterior, impactadas, principalmente, (i) pelo aumento das despesas de pessoal e aluguel em razão da aceleração do plano de expansão, com a adição de 53 novas lojas no ano, além de um volume expressivo de 28,3% do parque ainda em maturação, e o consequente impacto das despesas fixas; (ii) pelo reajuste das operadoras de cartão de crédito, após 2 anos de congelamento de preços; e (iii) pelo aumento das despesas de marketing em virtude da expansão e empoderamento da marca Life, bem como pela campanha de 60 anos da Companhia.
- As Despesas Gerais e Administrativas cresceram 21,0%, o equivalente a 10,6% da Receita Líquida do ano. A alavancagem operacional de 0.4 p.p. reflete a estrutura administrativa normalizada da Companhia desde a abertura de capital em outubro de 2019. A diluição registrada é uma importante sinalização de tendência a ser observada para os próximos anos.

## EBITDA AJUSTADO

- Em 2022, a Companhia registrou R\$ 401,1 milhões de EBITDA Ajustado, com Margem EBITDA Ajustada de 21,8%. O crescimento de 33,1% reflete o bom ritmo de vendas, a correta composição de estoque em todas as categorias e o rígido controle orçamentário.
- O impacto das Despesa com Vendas foi mais que neutralizado pela expansão de 1,3 p.p. de Margem Bruta e pela alavancagem operacional vinda das Despesas Gerais e Administrativas.



<sup>1</sup> 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

## RESULTADO FINANCEIRO

- ♦ O Resultado Financeiro líquido do ano de 2022 foi de -R\$ 45,3 milhões, principalmente, pelo aumento das despesas com juros sobre empréstimos e financiamentos, em razão da variação da taxa de juros referência nos últimos 12 meses.

## IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL

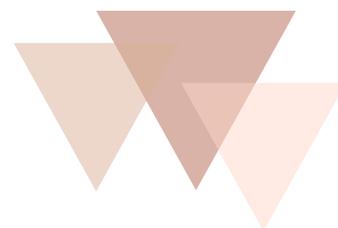
- ♦ Imposto de Renda e Contribuição Social do ano foi positivo em R\$ 29,8 milhões, comparativamente a R\$ 35,3 milhões em 2021.

## LUCRO LÍQUIDO

Reconciliação do Lucro Líquido (R\$ mil)	2022	2021	Δ % 22vs21
Lucro Líquido	360.854	298.490	20,9%
Margem Líquida (%)	19,6%	20,4%	(0,8 p.p.)
Efeito one-off (IR/CSLL)	-	(11.378)	na
<b>Lucro Líquido Recorrente</b>	<b>360.854</b>	<b>287.112</b>	<b>25,7%</b>
Margem Líquida Recorrente (%)	19,6%	19,6%	(0,0 p.p.)

Lucro Líquido Recorrente 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 ao (i) reconhecimento dos créditos de IRPJ e CSLL sobre a inconstitucionalidade da tributação da correção Selic sobre indébitos tributários de R\$ 18,9 milhões no ano de 2021; e (ii) pela baixa de créditos de PIS/COFINS, no montante de R\$ 7,5 milhões apresentada nas linhas de Outras Despesas (Receitas) Operacionais do ano de 2021.

- ♦ Assim, a Companhia apresentou Lucro Líquido de R\$ 360,1 milhões em 2022, aumento de 20,9% em relação ao ano anterior e Margem Líquida de 19,6%. A combinação de controle rigoroso de despesas e a eficiência na gestão de custos foram fundamentais para o resultado do período.



## 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. Atualmente, 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.
- 💎 A Companhia possui também 2 comitês de apoio e monitoramento – Comitê de Auditoria, Riscos e Finanças e Comitê de Pessoas, Cultura e Governança, com a função principal de propiciar ao Conselho de Administração os elementos e subsídios necessários ao processo decisório e de suportar a administração na execução da estratégia.
- 💎 Partindo dos direcionadores do Conselho de Administração e de seus comitês de assessoramento, a condução das rotinas e implementações são conduzidas pela Diretoria Estatutária, atualmente com cinco membros, as quais possuem o apoio para a tomada de decisão de diretorias não estatutárias
- 💎 A Companhia conta também com uma área de Compliance, garantindo a conformidade da empresa à legislação e normas de órgãos regulamentadores. A área também tem dado alta relevância para os temas de LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados), que busca assegurar a privacidade e segurança de dados pessoais, aplicando as melhores práticas relacionadas ao tema.
- 💎 Valorizando a diversidade de gênero, o Conselho de Administração da Companhia é composto por 40% de mulheres. Com esse plano de fundo, a Vivara aderiu, em 2021, ao Women on Board (WOB), iniciativa realizada com o apoio da ONU Mulheres Brasil, que visa reconhecer ambientes corporativos diversos, onde a presença de mulheres em Conselhos de Administração ou Consultivos é valorizada. Ainda no tema, a Companhia ocupou em 2023, pelo segundo ano consecutivo, o primeiro lugar no ranking de diversidade de gênero do Índice Teva Mulheres na Liderança®, primeiro índice do Brasil que seleciona as empresas com maior representatividade de mulheres na governança, gerido pelo Banco Safra. Este marco dá sequência à conquista de 2022, ano de estreia da Vivara no ranking, também ocupando o primeiro lugar. Hoje, além da representatividade feminina já mencionada no Conselho de Administração da Companhia, 87% do total da força de trabalho vem das mulheres, sendo também 50% dos cargos da diretoria ocupados por mulheres. Esse é um grande indicador da capacidade de inclusão, capacitação e empoderamento de mais mulheres no negócio, a fim de fazer a diferença na sociedade, colaborando positivamente para que as estatísticas de equidade de gênero em âmbito organizacional continuem progredindo.



## 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. No último ano, celebramos 60 anos de história e todo esse legado foi construído ao lado de brilhantes profissionais, de gente que tem sentimento de dono, de gente engajada com o nosso propósito e apaixonada pelo nosso negócio.
- Acreditamos que gestores preparados é um dos fatores fundamentais para mobilizar e garantir a perpetuidade do nosso negócio, pensando nisso, fortalecemos o nosso Programa de Desenvolvimento da Liderança com a participação de um parceiro externo que abordou os temas de Liderança Contemporânea, Feedback e Conversas Corajosas, Transformação Ágil e Scrum.
- Quando olhamos para o desenvolvimento dos times, em nosso Ciclo de Carreira anual, 70% de nossos profissionais foram avaliados. Para os colaboradores que não possuem cargo de liderança o processo é composto por autoavaliação, avaliação de superior imediato, feedback e plano de desenvolvimento individual (PDI). Para os líderes, o processo contempla as etapas de: autoavaliação, avaliação de superior imediato, subordinados e pares; resultados de metas do ano anterior, reunião de gente momento em que os líderes discutem sobre os membros de suas equipes em relação aos resultados da avaliação; feedback e PDI.
- A Convenção Nacional de Vendas, o evento mais esperado do ano, foi um verdadeiro festival de motivação e conexão entre pessoas. Na edição de 2022, que recebeu o nome de “Vivara 60 anos – Conectando Histórias”, recebemos presencialmente mais de 350 lideranças de loja e escritório, em dois dias de evento, para celebrar nossos 60 anos, comemorar os resultados que entregamos até aquele momento e nos preparar para as vendas de fim de ano.
- Nossos treinamentos não pararam e foram realizados de forma virtual e dinâmica, por meio de Webinars e lives. Tivemos mais 4.000 usuários ativos em nossa plataforma de treinamentos, com volume de treinamento de mais de 130 mil certificações.

### Nossos Colaboradores

#### Perfil por Gênero

Mulheres

Homens



87%



13%

82%

dos cargos de gestão, são ocupados por mulheres

#### Faixa Etária

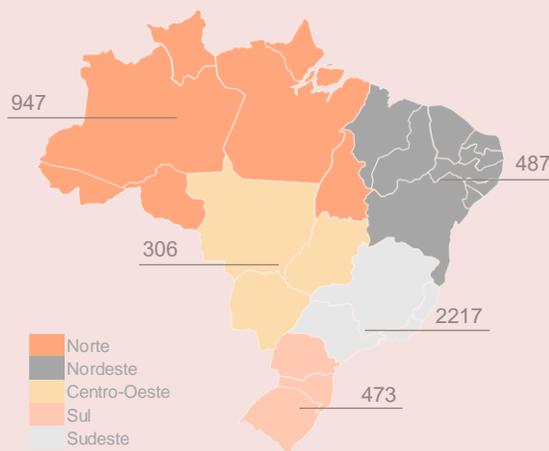
5.22%

45.72%

49.60%

Até 30 31 a 50 Mais de 50

#### Por região



## Pessoas

- Geramos empregos e oportunidades! Para as mais de 50 lojas e aumentos de quadro que tivemos durante o ano, contratamos mais de 480 colaboradores para nos ajudar a tornar cada história única e especial todos os dias. Além disso, na Vivara, as pessoas se desenvolvem e fazem carreira. Só no último ano, tivemos mais de 300 méritos e promoções, além de mais de 300 pessoas homenageadas por tempo de casa.
- Em 2022, demos diversos passos para fortalecer a nossa Jornada de Diversidade aqui na Vivara. Hoje, somos mais de 4.500 pessoas espalhadas em nossas lojas, escritórios e na fábrica. Somos diversos, temos o orgulho de ter o DNA brasileiro representado em todas as regiões do Brasil com muita pluralidade. Acreditamos no empoderamento da mulher como uma das nossas fortalezas, por isso, a Vivara é predominantemente feminina. Possuímos mais de 87% do quadro de colaboradores formado por mulheres, que também são maioria em praticamente todas as nossas unidades de negócio. Nos recortes de etnia, também possuímos um time plural. Mais de 50% são negras. Para potencializar essa jornada, durante o ano, realizamos diversos encontros e treinamentos sobre o tema, compartilhamos campanhas de sensibilização sobre etnia/ raça, gênero, orientação sexual, crenças e outras frentes lançamos nossa política de diversidade e criamos um grupo de afinidades com pessoas representantes da diversidade na companhia. Sabemos que ainda temos muito para evoluir, mas queremos valorizar - cada vez mais - toda essa diversidade e promover a inclusão para construir um lugar em que todas as pessoas se sintam bem-vindas.
- Para coroar o ano de comemoração dos nossos 60 anos, recebemos a Certificação Great Place to Work®, que reconhece todas as organizações que fazem um excelente trabalho com seus colaboradores. O Great Place to Work® (GPTW) é uma consultoria global que apoia organizações a obter melhores resultados por meio de uma cultura de confiança, alto desempenho e inovação. Acreditamos que as melhores pessoas fazem o melhor lugar para se trabalhar. Estamos orgulhosos e muito honrados em dizer que a certificação veio em nossa primeira aplicação da pesquisa em parceria com o GPTW®, fruto do criterioso e dedicado trabalho de nossos colaboradores e colaboradoras que, diariamente, constroem o clima da Vivara com sentimento de dono, confiança e comprometimento.



## Agenda ASG

- Em 2019 a área de Sustentabilidade foi criada, com o desafio de estruturar a visão da Companhia de futuro em Sustentabilidade. No ano seguinte, 2020, mesmo com todos os desafios que esse ano trouxe para o negócio, a Companhia estreitou ainda mais seu olhar para os temas que pudessem gerar mais impacto social e ambiental, definindo sua agenda com base na responsabilidade de matérias primas e produção, empoderamento da mulher e diversidade, que se intensifica em 2021, com grandes ações como a auditoria de 100% dos fornecedores diretos, inclusão da agenda ASG no Planejamento Estratégico da Companhia, criação da comissão de sustentabilidade e *squads* de trabalho focados em temas específicos, conclusão do primeiro inventário de gases de efeito estufa, conquista do selo *Women on Board*, entre outras.
- Em 2022, os trabalhos estruturantes e de pavimentação feito nos últimos anos começaram a render frutos para a Companhia. Em julho, foi concluído o processo de auditoria para obtenção da Certificação do Responsible Jewellery Council (RJC), e em novembro a Vivara se tornou a primeira joalheria brasileira a obter a certificação. Com duração de 3 anos, a certificação reflete a excelência e confiabilidade dos processos internos. Considerando aspectos de responsabilidade social, ambiental e ética em todo negócio, o RJC é a principal autoridade em certificação de padrões na indústria global de relógios e joias, e trabalha com membros de todo mundo para criar uma cadeia de suprimentos sustentável. Esse reconhecimento reflete o compromisso da Vivara em permear as questões de Sustentabilidade nas decisões diárias, garantindo o envolvimento e compromisso de todos, resultando nessa importante conquista. Outro marco importante foi a inauguração da loja de nº 300, sendo a primeira loja da Companhia com certificação LEED (*Leadership in Energy and Environmental Design*), projeto que busca incentivar e acelerar a adoção de práticas de construção sustentável. Este sistema de avaliação promove uma abordagem ao edifício por inteiro, desde a concepção do projeto até a construção final e a manutenção dele. Para isso, leva em consideração questões de implantação, uso racional de água, eficiência energética, seleção dos materiais, qualidade ambiental interna, estratégias inovadoras e questões de prioridade regional.

## CADEIA PRODUTIVA

- Na Vivara é dada atenção especial aos critérios de rastreabilidade e transparência na cadeia de fornecimento da matéria-prima. Pelo segundo ano consecutivo, a Companhia atingiu 100% de aderência dos fornecedores diretos à auditoria e com nota média de 96,5% de atendimento ao checklist de conformidade. Essa ação reforça o compromisso da Vivara com o uso responsável de recursos naturais e minimização de impactos ambientais.



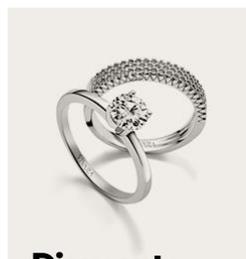
**Ouro**

Fornecedor com certificação LBMA (London Bullion Market Assurance), garantindo que toda a extração e operação da mina sejam feitas de maneira correta e justa para as pessoas e o meio ambiente.



**Prata**

Fornecedor certificado pelo RJC (Responsible Jewellery Council), assegurando a ética e a responsabilidade socioambiental desde sua extração.



**Diamante**

Todos os diamantes são extraídos de minas conhecidas e de garimpo legal em países fora de zonas de conflito, através do Processo Kimberley.



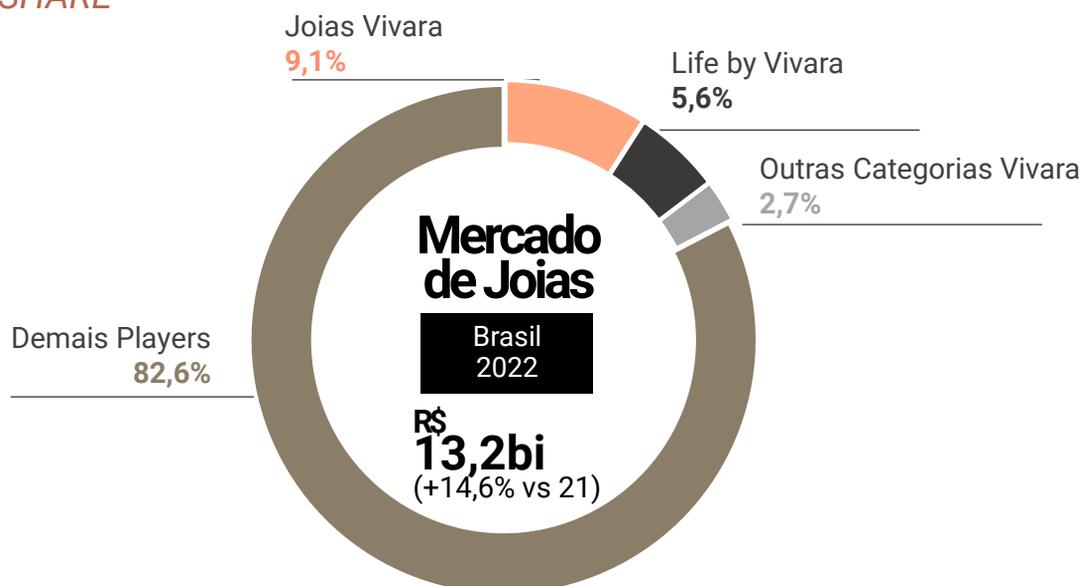
**Gemas coradas**

Atendimento do nosso rígido Código de Conduta e Política de Fornecimento e criação de protocolos que possam garantir a rastreabilidade desses materiais.

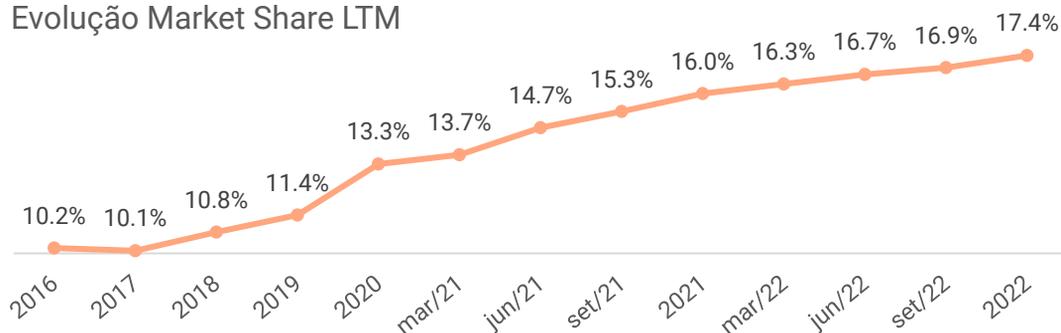
## Perspectivas

- 2023 – A Companhia inicia o ano com boas perspectivas e otimista com os projetos a serem entregues. Consciente dos desafios do cenário macroeconômico no Brasil e no mundo, ainda enxerga relevante oportunidade de crescimento, principalmente na frente de expansão de lojas físicas de Life. A fábrica, localizada na Zona Franca de Manaus, inicia em 2023 um importante movimento para o crescimento da Companhia, mudando de local pela primeira vez desde a sua abertura, em 1992. O novo local terá mais que o dobro de tamanho do local atual, contará com uma estrutura mais sustentável e forte incremento na capacidade produtiva, garantindo que o plano de expansão de longo prazo da Companhia seja devidamente abastecido.
- Expansão – Após a conclusão do maior plano anual de expansão da história da Companhia, a expectativa é que esse ritmo siga acelerado em 2023, ainda com foco na expansão de lojas Life dada a atratividade da oportunidade e bom desempenho das aberturas que vêm sendo acompanhadas.
- Market Share - A Companhia encerra 2022 com expansão de 1,4 p.p. de market share comparado à 2021, atingindo 17,4%\* de participação no mercado brasileiro de joias. Esse resultado é reflexo da forte expansão das lojas físicas, e também da assertividade em lançamentos de coleções e produtos com eficiente gestão de mix e preço. Para 2023, a Companhia segue confiante na manutenção e expansão da sua posição de liderança no mercado, fortalecendo cada vez mais seus projetos estruturantes e de crescimento.

## MARKET SHARE



### Evolução Market Share LTM



\*Fonte: Mercado Euromonitor, ICVA e Companhia. Considera a receita total da Vivara, não excluindo as categorias de relógio e acessórios.

# DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO

DRE (R\$ mil)	4T22	4T21	Δ % 22vs21	2022	2021	Δ % 22vs21
<b>Receita Bruta de Vendas de Mercadorias</b>	<b>943.488</b>	<b>806.451</b>	<b>17,0%</b>	<b>2.738.038</b>	<b>2.182.343</b>	<b>25,5%</b>
<b>Receita Bruta de Serviços</b>	<b>2.098</b>	<b>1.887</b>	<b>11,2%</b>	<b>8.384</b>	<b>7.029</b>	<b>19,3%</b>
Deduções da Receita Bruta	(176.357)	(152.268)	15,8%	(456.184)	(376.068)	21,3%
Trocas e devoluções	(125.184)	(106.623)	17,4%	(446.503)	(346.917)	28,7%
<b>Receita Líquida</b>	<b>644.045</b>	<b>549.447</b>	<b>17,2%</b>	<b>1.843.735</b>	<b>1.466.387</b>	<b>25,7%</b>
(-) Custos dos Produtos Vendidos e serviços prestados	(186.341)	(174.392)	6,9%	(567.925)	(471.677)	20,4%
(-) Depreciações e Amortizações	(1.578)	(908)	73,8%	(5.603)	(3.232)	73,3%
<b>(=) Lucro Bruto</b>	<b>456.126</b>	<b>374.147</b>	<b>21,9%</b>	<b>1.270.208</b>	<b>991.478</b>	<b>28,1%</b>
<b>(-) Despesas Operacionais</b>	<b>(275.888)</b>	<b>(241.849)</b>	<b>14,1%</b>	<b>(893.835)</b>	<b>(696.791)</b>	<b>28,3%</b>
<b>Vendas</b>	<b>(194.965)</b>	<b>(159.415)</b>	<b>22,3%</b>	<b>(589.440)</b>	<b>(457.609)</b>	<b>28,8%</b>
Pessoal	(93.828)	(81.178)	15,6%	(284.720)	(224.883)	26,6%
Aluguéis e condomínios	(15.685)	(10.220)	53,5%	(58.665)	(45.889)	27,8%
Descontos sobre arrendamentos	-	235	na	2.469	5.657	-56,3%
Frete	(10.970)	(9.013)	21,7%	(32.269)	(26.542)	21,6%
Comissão sobre Cartões	(16.317)	(12.949)	26,0%	(44.988)	(33.230)	35,4%
Serviços de Terceiros	(2.922)	(2.244)	30,2%	(15.073)	(8.570)	75,9%
Despesas com Marketing	(44.759)	(29.054)	54,1%	(107.093)	(76.269)	40,4%
Outras despesas com vendas	(10.485)	(14.993)	-30,1%	(49.102)	(47.882)	2,5%
<b>Gerais e Administrativas</b>	<b>(57.459)</b>	<b>(55.778)</b>	<b>3,0%</b>	<b>(195.171)</b>	<b>(161.246)</b>	<b>21,0%</b>
Pessoal	(26.677)	(24.963)	6,9%	(95.311)	(79.297)	20,2%
Aluguéis e condomínios	(407)	(690)	-41,0%	(1.328)	(1.714)	-22,5%
Serviços de Terceiros	(20.089)	(16.928)	18,7%	(65.889)	(51.438)	28,1%
Outras Despesas Gerais e Administrativas	(10.286)	(13.197)	-22,1%	(32.643)	(28.797)	13,4%
Depreciações e Amortizações	(28.856)	(19.897)	45,0%	(108.323)	(68.598)	57,9%
Resultado de Equivalência Patrimonial	-	-	na	-	-	na
Outros Despesas (Receitas) Operacionais	5.391	(6.758)	-179,8%	(901)	(9.338)	-90,4%
<b>(=) Lucro (Prejuízo) Antes das Financeiras</b>	<b>180.238</b>	<b>132.298</b>	<b>36,2%</b>	<b>376.372</b>	<b>294.686</b>	<b>27,7%</b>
<b>(=) Resultado Financeiro</b>	<b>(12.280)</b>	<b>(11.851)</b>	<b>3,6%</b>	<b>(45.338)</b>	<b>(31.509)</b>	<b>43,9%</b>
Receitas Financeiras Líquidas	11.904	13.126	-9,3%	46.581	37.602	23,9%
Despesas Financeiras Líquidas	(24.184)	(24.977)	-3,2%	(91.919)	(69.112)	33,0%
<b>(=) Lucro Operacional</b>	<b>167.958</b>	<b>120.447</b>	<b>39,4%</b>	<b>331.035</b>	<b>263.177</b>	<b>25,8%</b>
Imposto de Renda e Contribuição Social	(10.205)	6.682	-252,7%	29.820	35.313	-15,6%
<b>(=) Lucro Líquido</b>	<b>157.753</b>	<b>127.129</b>	<b>24,1%</b>	<b>360.854</b>	<b>298.490</b>	<b>20,9%</b>

# BALANÇO PATRIMONIAL

	2022	2021	Δ
<b>CIRCULANTE</b>			
Caixa e equivalentes de caixa	160.036	325.588	-50,8%
Títulos e valores mobiliários	155.139	141.707	9,5%
Contas a receber	663.797	531.777	24,8%
Contas a receber partes relacionadas	-	-	na
Estoques	709.712	527.139	34,6%
Impostos a recuperar	55.870	47.627	17,3%
Despesas pagas antecipadamente e outros créditos	16.465	8.223	100,2%
Instrumentos derivativos ativo	-	1.159	-100,0%
<b>Total do ativo circulante</b>	<b>1.761.019</b>	<b>1.583.220</b>	<b>11,2%</b>
<b>NÃO CIRCULANTE</b>			
Títulos e valores mobiliários LP	67.692	186.405	-63,7%
Depósitos judiciais	28.213	15.016	87,9%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	199.153	112.318	77,3%
Instrumentos derivativos ativo	-	-	na
Impostos a recuperar	181.693	156.048	16,4%
Imobilizado	652.164	480.988	35,6%
Intangível	42.240	29.874	41,4%
<b>Total do ativo não circulante</b>	<b>1.171.155</b>	<b>980.649</b>	<b>19,4%</b>
<b>ATIVO TOTAL</b>	<b>2.932.174</b>	<b>2.563.869</b>	<b>14,4%</b>
<b>CIRCULANTE</b>			
Fornecedores	104.961	88.207	19,0%
Fornecedores Convenio	40.247	69.349	-42,0%
Empréstimos e financiamentos	116.970	127.176	-8,0%
Obrigações trabalhistas e previdenciárias	92.338	78.046	18,3%
Obrigações tributárias	111.870	113.491	-1,4%
Parcelamento de tributos	-	267	-100,0%
Arrendamentos a pagar	19.766	17.141	15,3%
Instrumentos derivativos passivo	672	-	
Arrendamentos direito de uso a pagar	59.546	59.920	-0,6%
Juros sobre capital próprio a pagar	2	58.183	-100,0%
Dividendos a pagar	85.704	12.709	574,3%
Outras obrigações	94.179	49.807	89,1%
<b>Total do passivo circulante</b>	<b>726.255</b>	<b>674.296</b>	<b>7,7%</b>
<b>NÃO CIRCULANTE</b>			
Obrigações trabalhistas e previdenciárias	-	1.266	na
Instrumentos derivativos passivo LP	1.814	-	na
Empréstimos e financiamentos	108.186	164.037	-34,0%
Parcelamento de tributos	-	633	-100,0%
Provisão para riscos cíveis, trabalhistas e tributários	18.254	17.054	7,0%
Arrendamentos direito de uso a pagar	415.097	310.148	33,8%
Outras obrigações	4.616	3.703	24,6%
<b>Total do passivo não circulante</b>	<b>547.967</b>	<b>496.842</b>	<b>10,3%</b>
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>			
Capital social	1.105.381	1.105.381	0,0%
Reservas de lucros	615.068	339.918	80,9%
Lucros acumulados	-	-	na
Ações em tesouraria	(14.694)	-	na
Opções Outorgadas	5.238	473	1006,2%
Reservas de Capital	(53.041)	(53.041)	0,0%
<b>Total do patrimônio líquido</b>	<b>1.657.952</b>	<b>1.392.731</b>	<b>19,0%</b>
<b>TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>2.932.174</b>	<b>2.563.869</b>	<b>14,4%</b>

# FLUXO DE CAIXA

Fluxo de Caixa (R\$ mil)	4T22	4T21	Δ % 22vs21	2022	2021	Δ % 22vs21
<b>Lucro Líquido</b>	<b>157.753</b>	<b>127.129</b>	<b>24,1%</b>	<b>360.854</b>	<b>298.490</b>	<b>20,9%</b>
Ajustes do Lucro Líquido	58.511	29.346	99,4%	165.173	90.354	82,8%
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>216.264</b>	<b>156.475</b>	<b>38,2%</b>	<b>526.027</b>	<b>388.844</b>	<b>35,3%</b>
Variação nos ativos e passivos operacionais:						
Contas a receber	(216.901)	(186.408)	-16,4%	(131.616)	(121.796)	-8,1%
Estoques	64.684	5.388	1100,6%	(182.618)	(160.163)	-14,0%
Fornecedores	(42.463)	(44.683)	5,0%	(12.348)	104.358	-111,8%
Impostos a Recuperar	(3.539)	(7.279)	51,4%	(33.510)	15.787	-312,3%
Obrigações Tributárias	47.503	90.788	-47,7%	(15.456)	50.708	-130,5%
Outros ativos e passivos	62.521	19.612	218,8%	29.638	27.542	7,6%
<b>Caixa das atividades operacionais</b>	<b>128.071</b>	<b>33.893</b>	<b>277,9%</b>	<b>180.118</b>	<b>305.279</b>	<b>-41,0%</b>
Imposto de Renda e Contribuição Social	(13.516)	(16.153)	16,3%	(43.439)	(38.568)	-12,6%
Juros pagos de empréstimos e financiamentos	(12.738)	(4.367)	-191,7%	(30.555)	(13.956)	-118,9%
Juros pagos de arrendamentos de direito de uso	(12.883)	(8.213)	-56,9%	(42.815)	(32.984)	-29,8%
<b>Caixa líquido das atividades operacionais</b>	<b>88.934</b>	<b>5.161</b>	<b>1623,3%</b>	<b>63.308</b>	<b>219.771</b>	<b>-71,2%</b>
Imobilizado	(28.270)	(29.128)	2,9%	(109.006)	(80.704)	-35,1%
Intangível	(3.045)	(16.740)	81,8%	(28.725)	(23.374)	-22,9%
Outros	13.137	(1.723)	862,3%	105.281	(103.511)	201,7%
<b>Caixa das atividades de Investimentos</b>	<b>(18.178)</b>	<b>(47.591)</b>	<b>61,8%</b>	<b>(32.450)</b>	<b>(207.589)</b>	<b>84,4%</b>
Dividendos e JCP	0	(6.818)	100,0%	(70.889)	(41.651)	-70,2%
Empréstimos e financiamentos	20.000	(2.500)	900,0%	(60.343)	(110.819)	45,5%
Arrendamento do Direito de Uso	(8.568)	(9.346)	8,3%	(45.880)	(29.795)	-54,0%
Ações em Tesouraria		-	na	(14.694)	-	na
Outros	(23.820)	(447)	-5232,1%	(4.604)	18.351	-125,1%
<b>Caixa das atividades de financiamento</b>	<b>(12.388)</b>	<b>(19.110)</b>	<b>35,2%</b>	<b>(196.411)</b>	<b>(163.915)</b>	<b>-19,8%</b>
<b>AUMENTO (REDUÇÃO) DE CAIXA E EQUIVALENTE DE CAIXA</b>	<b>58.368</b>	<b>(61.541)</b>	<b>194,8%</b>	<b>(165.552)</b>	<b>(151.732)</b>	<b>-9,1%</b>
Saldo Inicial de caixa e equivalente de caixa	101.668	387.128	-73,7%	325.588	477.319	-31,8%
Saldo final de caixa e equivalente de caixa	160.036	325.588	-50,8%	160.036	325.588	-50,8%

## 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

Otávio Lyra – Diretor Financeiro

Melina Rodrigues – Diretora de Relações com Investidores

Nathália Patente – Especialista de RI

E-mail: [ri@vivara.com.br](mailto:ri@vivara.com.br)

Tel.: +55 11 95394-1234



VIVARA  
60  
A N O S

60 anos celebrando todas as formas de amor