

# VIVARA

4T23 • DIVULGAÇÃO DE  

---

**RESULTADOS**

---

COMENTÁRIOS DE DESEMPENHO e SESSÃO DE Q&A

quinta-feira, 21/março  
11h (BRT) 10h (US ET)

[clique aqui](#)



A **VIVARA Participações S.A.** (B3: VIVA3), a maior rede de joalherias da América Latina, divulga os resultados do quarto trimestre e do ano de 2023.

No 4T23, a Vivara atingiu faturamento de R\$ 1,0 bilhão, crescimento de 24,0%, com relevante avanço em todas as categorias e canais. No ano, a Companhia registrou R\$ 2,8 bilhões de Receita Bruta, 21,2% superior à registrada no ano anterior.

O ano de 2023 foi marcado por recorde de investimentos e consequente evolução de inúmeras frentes estratégicas. Foi o ano da concretização do maior plano de expansão e o maior investimento fabril da história da Companhia. Ainda que em um ano de solidificação das fundações do modelo de negócios, a Vivara foi capaz de proteger a rentabilidade, potencializando, de forma relevante, a geração de caixa operacional.

No encerramento do 4T23, a Companhia retoma à posição de Caixa Líquido, impulsionada pela geração de R\$ 87,3 milhões de caixa livre e importante redução de alocação de capital em estoques.

## DESTAQUES DO 4T23 E 2023

- Recorde de vendas em um trimestre: R\$ 1,0 Bi Receita Bruta (líq. de dev.) | +24,0% vs 4T22. No ano, a Companhia atingiu a marca de R\$ 2,8 bilhões de faturamento, com expressivo crescimento de 21,2%.
- No trimestre, as vendas mesmas lojas (SSS) registraram crescimento de 15,0% vs 4T22 e no ano 12,4%, na comparação com 2022.
- 30,4% de aumento de clientes novos em 2023.
- 2,0 milhões de clientes ativos, +17,0% vs 2022.
- Inauguração de 22 novas lojas no 4T23 e 61 novos pontos de vendas no ano, encerrando o ano com 257 Lojas Vivara, 117 Lojas Life e 16 Quiosques.
- Margem Bruta de 70,0% no 4T23 e 69,3% no ano, com expansão de 0,4 p.p..
- Proteção da rentabilidade operacional no ano: R\$ 479,6 milhões de EBITDA Ajustado, +19,6% vs 2022, com Margem de 21,9%.
- Redução de 26 dias no giro de estoque, na comparação com dezembro de 2022.
- Forte geração de caixa livre no trimestre, com adição de R\$ 87,3 milhões.
- Marca histórica de R\$ 178,2 milhões em investimentos, com destaque para novas lojas, sistemas e fábrica.
- Conclusão da migração da fábrica em Manaus.

*Life*  
VIVARA



A Receita Bruta, líquida de devoluções, do 4T23 atingiu R\$ 1,0 bilhão, crescimento de 24,0% na comparação com o 4T22. O desempenho é explicado (i) pelo aumento de 18,0% de área de vendas nos últimos 12 meses, com a adição de 54 novas lojas; (ii) pelo crescimento de 15,0% nas vendas mesmas lojas (SSS), incluindo as vendas digitais, no 4T23; (iii) pela estratégia assertiva de ajuste de mix nas lojas Vivara, investindo em itens mais tradicionais e (iv) pela força das vendas nos eventos sazonais de Black Friday e Natal. No ano acumulado, a Receita foi de R\$ 2,8 bilhões, 21,2% maior que o ano de 2022.

A Receita Líquida foi de R\$ 778,1 milhões no trimestre, com expansão de 20,8% em relação ao 4T22; e R\$ 2,2 bilhões no ano, crescendo 18,6% contra 2022.

Receita por canal (R\$ mil)	4T23	4T22	Δ% 23vs22	SSS	2023	2022	Δ% 23vs22	SSS
Receita Bruta (Líqu. de devoluções)	1.017.181	820.402	24,0%	15,0%	2.788.016	2.299.920	21,2%	12,4%
Lojas Físicas	836.140	682.491	22,5%	11,8%	2.332.724	1.978.203	17,9%	7,1%
Lojas Vivara	641.068	565.843	13,3%	9,7%	1.864.885	1.728.249	7,9%	5,0%
Lojas Life	184.010	104.052	76,8%	24,7%	431.840	212.251	103,5%	30,7%
Quiosques	11.062	12.595	-12,2%	14,2%	35.999	37.704	-4,5%	9,3%
Vendas Digitais	175.525	132.254	32,7%	30,8%	438.630	306.126	43,3%	40,0%
Outros	5.515	5.657	-2,5%	na	16.662	15.590	6,9%	na
Deduções	(239.054)	(176.357)	35,6%	na	(601.041)	(456.184)	31,8%	na
Receita Líquida	778.127	644.045	20,8%	na	2.186.975	1.843.735	18,6%	na
SSS (lojas físicas)	11,8%	4,4%	na	na	7,1%	20,9%	na	na
SSS (lojas físicas + digital)	15,0%	6,9%	na	na	12,4%	15,8%	na	na

Neste trimestre, é importante ressaltar, novamente, o expressivo crescimento de 35,6% da linha de Deduções de Receita devido à reclassificação de dois tributos, que até março de 2023 estavam registrados na conta de "Impostos e Taxas", nas Despesas de Vendas, bem como pelo menor volume de crédito presumido, conforme detalhado a seguir:

- R\$ 3,9 milhões do imposto estadual atrelado ao plano de compensação de Zona Franca de Manaus, que contempla a destinação de 1,0% da Receita Bruta da indústria, por meio da subsidiária Conipa, para a Universidade Estadual do Amazonas (UEA), com base na Lei nº 2.826/2003;
- R\$ 9,3 milhões de diferença de Alíquota de ICMS (DIFAL);
- Menor efeito do crédito presumido, registrado como um redutor da despesa de ICMS, que foi de R\$ 51,1 milhões, 9,1% menor que o do 4T22 ou -1,8 0.p.p. menor, como percentual da Receita Bruta.

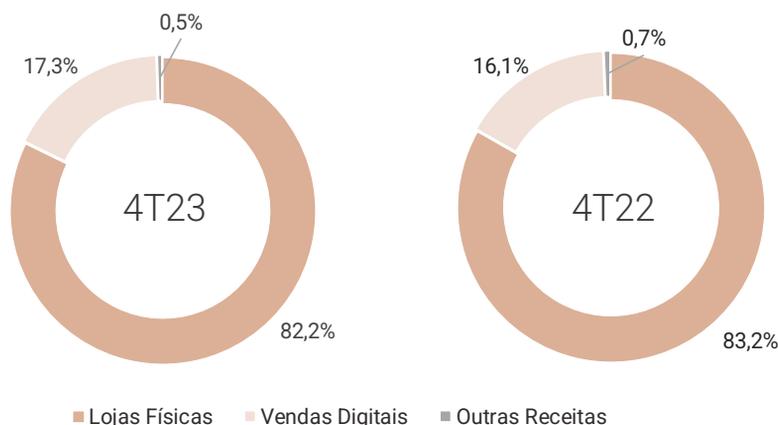
Os efeitos mencionados acima, estão relacionados ao ano de transição da fábrica, bem como à adequação da estrutura de despesas da Companhia. No trimestre, a somatória dos efeitos gerou uma diferença de 3,1 p.p. no crescimento da Receita Bruta, com a Receita Líquida. No ano, essa diferença foi de 2,5 p.p..

Deduções da Receita	4T23	4T22	Δ% 23vs22	2023	2022	Δ% 23vs22
<b>Receita Bruta (Líqu. de devoluções)</b>	<b>1.017.181</b>	<b>820.402</b>	<b>24,0%</b>	<b>2.788.016</b>	<b>2.299.920</b>	<b>21,2%</b>
ICMS	(192.881)	(162.182)	18,9%	(534.152)	(441.912)	20,9%
% Receita Bruta (líq. de devoluções)	-19,0%	-19,8%	0,8 p.p.	-19,2%	-19,2%	0,1 p.p.
Receita de subvenção (ICMS)	51.126	56.235	-9,1%	204.260	198.657	2,8%
% Receita Bruta (líq. de devoluções)	5,0%	6,9%	(1,8 p.p.)	7,3%	8,6%	(1,3 p.p.)
COFINS	(66.317)	(54.638)	21,4%	(184.282)	(157.761)	16,8%
% Receita Bruta (líq. de devoluções)	-6,5%	-6,7%	0,1 p.p.	-6,6%	-6,9%	0,2 p.p.
PIS	(14.354)	(11.863)	21,0%	(39.965)	(34.230)	16,8%
% Receita Bruta (líq. de devoluções)	-1,4%	-1,4%	0,0 p.p.	-1,4%	-1,5%	0,1 p.p.
F.T.I.	(3.264)	(3.803)	-14,2%	(14.505)	(20.519)	-29,3%
% Receita Bruta (líq. de devoluções)	-0,3%	-0,5%	0,1 p.p.	-0,5%	-0,9%	0,4 p.p.
ISS	(108)	(105)	2,6%	(469)	(419)	11,9%
% Receita Bruta (líq. de devoluções)	0,0%	0,0%	0,0 p.p.	0,0%	0,0%	0,0 p.p.
UEA	(3.919)	-	na	(12.199)	-	na
% Receita Bruta (líq. de devoluções)	-0,4%	0,0%	(0,4 p.p.)	-0,4%	0,0%	(0,4 p.p.)
ICMS DIFAL EC 87	(9.337)	-	na	(19.729)	-	na
% Receita Bruta (líq. de devoluções)	-0,9%	0,0%	(0,9 p.p.)	-0,7%	0,0%	(0,7 p.p.)
<b>Receita Líquida</b>	<b>778.127</b>	<b>644.045</b>	<b>20,8%</b>	<b>2.186.975</b>	<b>1.843.735</b>	<b>18,6%</b>

Neste trimestre, mais uma vez, o crescimento de vendas foi impulsionado pelo volume de peças vendidas, que cresceu 16,6% quando comparado ao 4T22. O crescimento de 6,3% no preço médio da Companhia reflete a assertividade da estratégia de produto e a adequada política de precificação.

No ano, o volume de peças vendidas aumentou 17,2%, com 3,4% de incremento de preço médio. Vale destacar que o preço médio, tanto no trimestre, quanto no ano, incorpora as diferenças de mix entre as categorias.

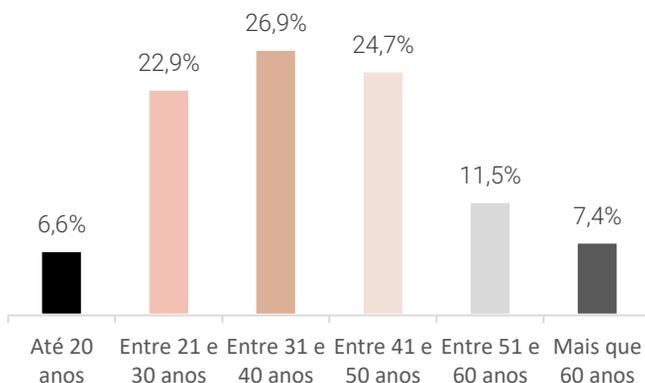
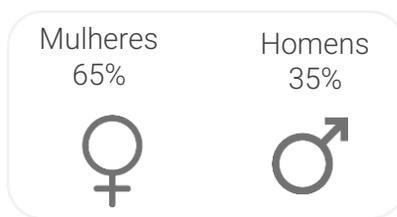
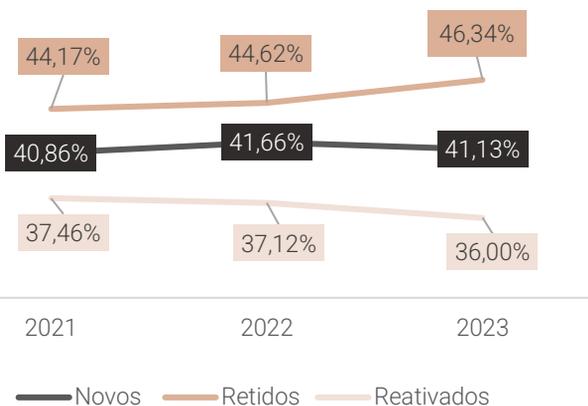
A sazonalidade do quarto trimestre impulsionou o crescimento da Companhia: (i) as vendas no período de Black Friday, entre os dias 13 e 27 de novembro, cresceram 31,2%; (ii) durante as vendas do Natal, do dia 01 a 24 de dezembro, as vendas ultrapassaram a marca de R\$440,0 milhões, 20,3% maiores que no ano anterior. Em 2023, a campanha da Black Friday foi mais representativa na composição do volume de vendas do trimestre, quando comparado ao ano de 2022



Ao final de 2023, as marcas que compõem o grupo seguiram com forte aquisição de clientes. A base ativa de clientes cresceu 17,0% na comparação o final de 2022, atingindo a marca histórica de 2,0 milhões de clientes ativos. A frequência de compras dos principais canais apresentou uma relevante expansão de 25,4%, quando comparado ao ano anterior, alcançando 1,8 vezes no ano.

Comportamento Base de Clientes Ativos 2023

(considera clientes com compras no últimos 12 meses)



## Vendas DIGITAIS

As vendas digitais atingiram R\$ 175,5 milhões, 32,7% maiores que no 4T22, representando 17,3% de participação nas vendas totais, 1,2 p.p. superior à penetração registrada no mesmo trimestre do ano anterior. Esse resultado reflete, principalmente, (i) a força da Black Friday no canal digital, com 10% de crescimento no número de pedidos durante o período; (ii) a melhoria contínua de indicadores operacionais da nova plataforma implantada no 2S22 e (iii) o aumento da representatividade das vendas das iniciativas de omnicanalidade, com as vendas OMS chegando a 21,0% das vendas digitais e o programa de venda assistida, “Jóias em Ação”, representando 16,8% do total das vendas digitais do trimestre. No acumulado de 2023, o crescimento do canal foi de 43,3%, atingindo R\$ 438,6 milhões e um *share* de 15,7% de participação na venda total, um aumento de 2,4 p.p. comparado ao ano de 2022.

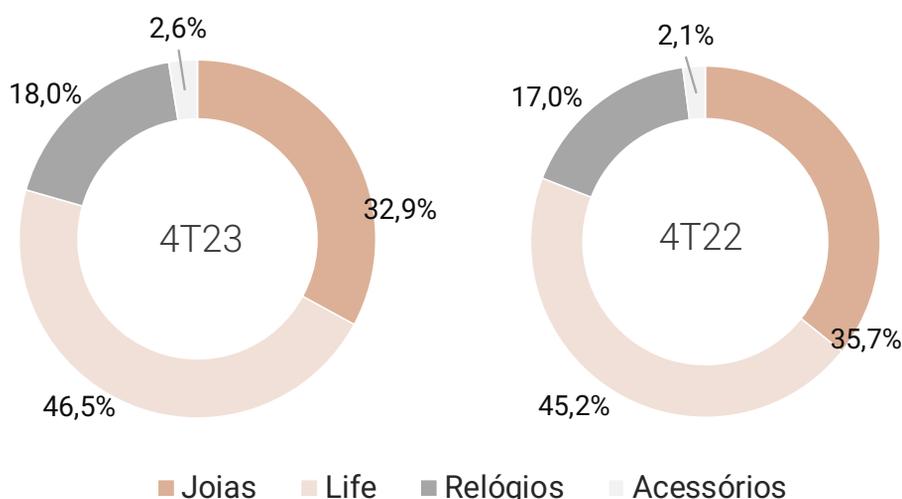
As vendas OMS, que são vendas realizadas pelo e-commerce e faturadas pelas lojas, representaram 21,0% das vendas digitais no último trimestre, um aumento de 7,8 p.p. na comparação com o 4T22. Isso reflete a consolidação dos investimentos da Companhia para habilitar as lojas como *hubs*, garantindo mais conveniência aos clientes e ampliando as oportunidades de *upsell* na integração das jornadas.

No 4T23, a receita gerada pelo programa de venda assistida, “Jóias em Ação”, registrou um crescimento de 21,6% em comparação com o mesmo período do ano anterior, representando 16,8% do total das vendas digitais. Essa modalidade continua contribuindo positivamente para o desempenho da categoria de Jóias, que representa 47,2% da receita total dessa modalidade, seguida pela categoria Life, com 38,6%.

Considerando os dois formatos citados acima, a somatória das vendas geradas pelas iniciativas de omnicanalidade (vendas OMS e “Jóias em Ação”) registraram um crescimento de 59,0% na comparação do período. No ano de 2023, o crescimento foi de 81,0%.

No 4T23, Life foi a categoria de maior destaque nas vendas digitais, com expansão de 1,3 p.p. de participação nas vendas, principalmente, pela aderência do ticket médio dessa categoria para compras virtuais e pelo aumento do sortimento de produtos da marca, reduzindo cada vez mais a dependência de um tipo de produto, além da estratégia acertada de comunicação e marketing.

No acumulado do ano, Jóias continua tendo a maior representatividade nas vendas digitais, atingindo 41,0% de participação, seguida pela categoria de Life, com 38,5% de participação nas vendas digitais.



## Lojas Físicas

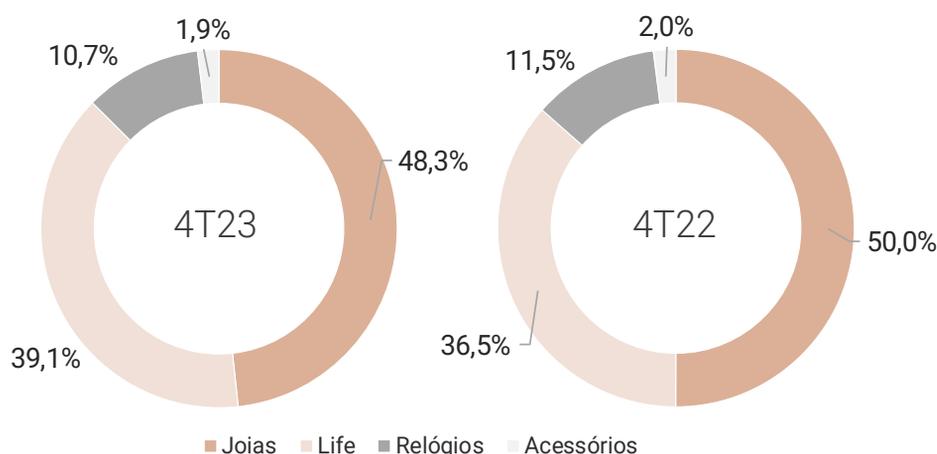
No 4T23, a Companhia atingiu R\$ 836,1 milhões de faturamento em lojas físicas, com expansão de 22,5% na comparação com o mesmo período do ano anterior. Na visão de Vendas Mesmas Lojas (SSS), considerando apenas lojas físicas, o crescimento foi de 11,8%, impulsionado pela performance das lojas exclusivas da marca Life, com um SSS de 24,7%, e das lojas Vivara, que, apesar da maturidade do canal, atingiram um SSS de 9,7%.

Em 2023, a receita de lojas físicas atingiu R\$ 2,3 bilhões, um acréscimo de 17,9% contra o ano de 2022, e Vendas Mesmas Lojas (SSS) de 7,1%, puxado pelo desempenho das lojas da marca Life, que atingiram um SSS de 30,7% no ano.

Abertura por negócio (R\$ mil)		4T23	4T22	Δ% 23vs22	2023	2022	Δ% 23vs22
Vivara	Número de lojas	257	243	14	257	243	14
	Aberturas líquidas	3	6	-3	16	14	2
	Área de vendas (m²)	23.719	22.091	7,4%	23.719	22.091	7,4%
	Receita bruta (liq. dev.)	641.068	565.843	13,3%	1.864.885	1.728.249	7,9%
	Venda/m² (R\$)	27.028	25.614	5,5%	78.625	78.232	0,5%
Life	Número de lojas	117	72	45	117	72	45
	Aberturas líquidas	19	16	3	45	39	6
	Área de vendas (m²)	8.586	5.228	64,2%	8.586	5.228	64,2%
	Receita bruta (liq. dev.)	184.010	104.052	76,8%	431.840	212.251	103,5%
	Venda/m² (R\$)	21.432	19.902	7,7%	50.296	40.597	23,9%
Quiosque	Número de quiosques	16	21	-5	16	21	-5
	Aberturas líquidas	-4	1	-5	-4	-4	0
	Área de vendas (m²)	101	134	-24,6%	101	134	-24,6%
	Receita bruta (liq. dev.)	11.062	12.595	-12,2%	35.999	37.704	-4,5%
	Venda/m² (R\$)	109.524	93.996	16,5%	356.424	281.370	26,7%
Total	Número de pontos de vendas	390	336	54	390	336	54
	Aberturas líquidas	18	23	-5	57	49	8
	Área de vendas (m²)	32.406	27.454	18,0%	32.406	27.454	18,0%
	Receita bruta (liq. dev.)	836.140	682.491	22,5%	2.332.724	1.978.203	17,9%
	Venda/m² (R\$)	25.802	24.860	3,8%	71.985	72.056	-0,1%

### Venda por categoria – Lojas Físicas

Na venda por categoria em Lojas Físicas no trimestre, a marca Life ganhou 2,7 p.p. de participação nas vendas, reflexo direto da expansão de lojas Life nos últimos 12 meses. A categoria de Joias registrou retração de 1,7 p.p. e Relógios 0,8 p.p., decorrente do aumento de penetração das vendas digitais, principalmente pelas iniciativas de omnicanalidade: as vendas OMS e o programa de venda assistida “Joias em Ação”.



## Lojas VIVARA



Com 257 pontos de venda, as lojas Vivara, embora canal mais consolidado e maduro, segue apresentando bons desempenhos: uma receita de R\$ 641,1 milhões no 4T23, representando um crescimento de 13,3% comparado ao 4T22, com um *Same Store Sales* (SSS) de 9,7%. Na visão acumulada do ano, as lojas Vivara atingiram uma receita de R\$ 1,9 bilhão, crescimento de 7,9% e SSS de 5,0%. Importante destacar que as vendas das lojas Vivara são impactadas pelas iniciativas de omnicanalidade, pela alocação do faturamento das vendas assistidas para as vendas digitais. Na visão Phygital, que aloca nas lojas as vendas digitais com assistência das vendedoras, o crescimento registrado pelas lojas Vivara no 4T23 foi 13,9%, com SSS de 10,4%.

O bom desempenho das lojas Vivara deve-se também à categoria de Joias, que registrou um crescimento consolidado de 18,7% no trimestre, explicado pela assertiva estratégia de ajuste de *mix*, trazendo itens mais tradicionais e menos modais de joalheira, e pelo lançamento de quatro novas coleções no trimestre, que possuem um *markup* maior. Além disso, é importante destacar a relevante contribuição da estratégia de marketing, focada em reforçar a conexão da marca com as grandes celebrações da vida dos clientes.

O nível de canibalização gerado pela adição de novas lojas exclusivas da marca Life segue em níveis saudáveis. Ao longo do ano trabalhamos isoladamente em lojas Vivara, em shoppings onde inauguramos uma loja Life, para potencializar a venda e diminuir o efeito da canibalização, ajustando mix e exposição de produtos da marca Life dentro da loja Vivara. Desde o terceiro trimestre de 2023, começamos a registrar redução nos níveis de canibalização. No 4T23, a venda de produtos Life dentro das 108 lojas da Vivara em shoppings onde a Companhia tem as duas operações retraiu 3,9 p.p. na comparação com o 4T22. Na visão acumulada do ano, a retração foi de 2,9 p.p.. Importante reforçar que mesmo perdendo participação de Life nas vendas, a receita total desse grupo de lojas expandiu 8,5% no 4T23, e 3,2% no ano de 2023.

## Lojas LIFE

Com o forte aumento da expansão de lojas exclusivas da marca Life nos últimos anos, a participação do canal Life na receita do canal físico cresceu significativamente, representando agora 22,0%, 6,8 p.p. maior que no 4T22. As lojas Life atingiram uma receita de R\$ 184,0 milhões no 4T23 e R\$ 431,8 milhões em 2023, crescimentos de 76,8% e 103,5%, respectivamente.

A expansão de receita é explicada pela (i) abertura de 45 novas lojas exclusivas da marca Life nos últimos 12 meses, com um crescimento de 64,2% da área de vendas, (ii) pelo crescimento, no trimestre, de 24,7% do *Same Store Sales* (SSS) de lojas Life acima da média do parque total, (iii) pela diversificação do portfólio disponível, aumentando o sortimento e trazendo tendências de moda para os produtos da marca, (iv) pela correta estratégia de comunicação e marketing, focada no aumento de *awareness* e (v) pela força da categoria Life nas vendas da Black Friday, que chegou a representar 46,8% do total de vendas durante os 14 dias de campanha.

Ao final de 2023, a Companhia atingiu 33 lojas maduras exclusivas da marca Life. A receita dessas lojas, no 4T23, cresceu 25,7% na comparação com o mesmo período do ano anterior. Em 2023, o crescimento foi de 31,2%. Considerando os últimos 12 meses, as lojas maduras alcançaram uma média de R\$ 6,4 milhões de faturamento.

No 4T23, as lojas Life desempenharam um papel de destaque nas vendas da categoria Life, representando 45,2% do total, um aumento significativo de 11,5 p.p. em relação ao mesmo trimestre do ano anterior. No ano de 2023, a representação foi de 42,7%, um aumento de 14,3 p.p. comparado ao ano de 2022.



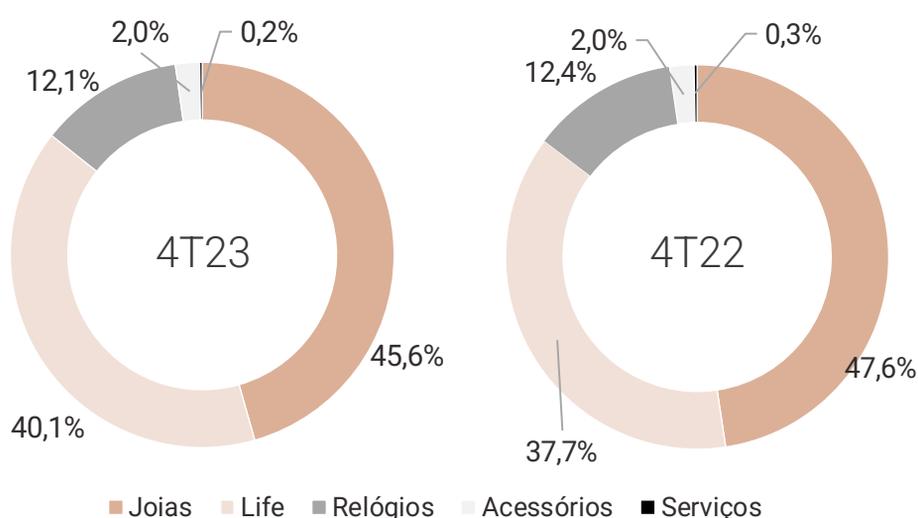
Com relação ao mix de vendas, o destaque do trimestre segue sendo a marca Life, que atingiu um faturamento de R\$ 407,4 milhões, crescendo 31,8% em relação ao 4T22, com expansão de 2,4 p.p. de participação na venda total. Esse desempenho da categoria é explicado, principalmente, pela adição de 45 novas 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.

A marca Life segue reduzindo a dependência de uma só linha de produtos, pulverizando os lançamentos em coleções com tendências e apelo de moda. Como acompanhado, desde meados de 2022, as coleções continuam ganhando representatividade nas vendas da marca, representando, nos últimos 12 meses, mais de 58% da venda total da categoria.

No 4T23, a marca Vivara, que concentra a categoria de Joias, apresentou uma aceleração de crescimento comparado ao trimestres imediatamente anteriores. O crescimento de 18,7%, em relação ao 4T22, foi impulsionado por um ajuste de *mix* de produtos, com o lançamento de coleções com itens mais tradicionais e menos modais, voltados para o básico e clássico da joalheria.

Em 2023, a categoria Life alcançou um faturamento de R\$1,0 bilhão, 35,5% maior do que o faturamento de 2022, representando uma participação de 36,3% nas vendas totais da Companhia, um aumento de 3,8 p.p contra 2022. A categoria de Joias representou 48,9% das vendas totais, com um faturamento de R\$1,4 bilhão, crescimento de 13,8%.

Receita por Categoria (R\$ mil)	4T23	4T22	Δ% 23vs22	2023	2022	Δ% 23vs22
Receita Bruta (Líqu. de devoluções)	1.017.181	820.402	24,0%	2.788.016	2.299.920	21,2%
Joias	463.693	390.663	18,7%	1.364.393	1.199.370	13,8%
Life	407.413	309.218	31,8%	1.010.800	746.051	35,5%
Relógios	123.188	101.633	21,2%	337.500	295.809	14,1%
Acessórios	20.719	16.790	23,4%	65.936	50.306	31,1%
Serviços	2.168	2.098	3,3%	9.386	8.384	12,0%
Deduções da Receita	(239.054)	(176.357)	35,6%	(601.041)	(456.184)	31,8%
Receita Líquida	778.127	644.045	20,8%	2.186.975	1.843.735	18,6%



VIVARA

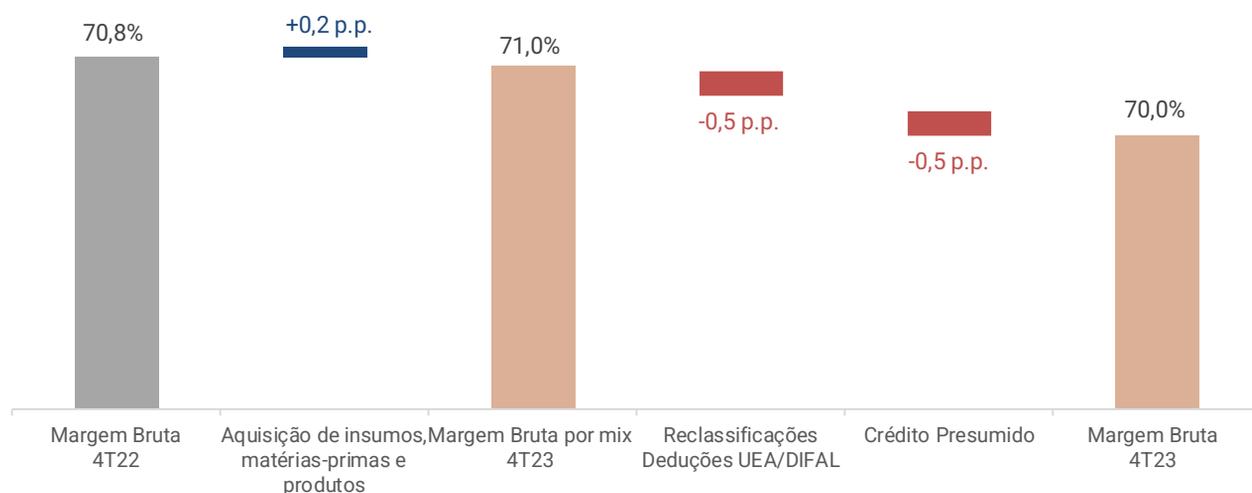


Lucro Bruto (R\$ mil) e Margem Bruta (%)	4T23	4T22	Δ% 23vs22	2023	2022	Δ% 23vs22
Receita Bruta (Liq. de devoluções)	1.017.181	820.402	24,0%	2.788.016	2.299.920	21,2%
Receita Líquida	778.127	644.045	20,8%	2.186.975	1.843.735	18,6%
<b>Custo Total</b>	<b>(233.742)</b>	<b>(187.919)</b>	<b>24,4%</b>	<b>(670.864)</b>	<b>(573.528)</b>	<b>17,0%</b>
% Receita Bruta	-23,0%	-22,9%	(0,1 p.p.)	-24,1%	-24,9%	0,9 p.p.
% Receita Líquida	-30,0%	-29,2%	(0,9 p.p.)	-30,7%	-31,1%	0,4 p.p.
Aquisição de insumos, matérias-primas e produtos	(215.251)	(170.549)	26,2%	(594.969)	(508.271)	17,1%
% Receita Bruta (liq. de devoluções)	-21,2%	-20,8%	(0,4 p.p.)	-21,3%	-22,1%	0,8 p.p.
% Receita Líquida	-27,7%	-26,5%	(1,2 p.p.)	-27,2%	-27,6%	0,4 p.p.
Despesas Fábrica	(18.491)	(17.370)	6,5%	(75.895)	(65.257)	16,3%
% Receita Bruta (liq. de devoluções)	-1,8%	-2,1%	0,3 p.p.	-2,7%	-2,8%	0,1 p.p.
% Receita Líquida	-2,4%	-2,7%	0,3 p.p.	-3,5%	-3,5%	0,1 p.p.
Pessoal	(15.124)	(14.095)	7,3%	(61.331)	(52.529)	16,8%
Despesas gerais da fábrica	(1.549)	(1.697)	-8,7%	(7.624)	(7.125)	7,0%
Depreciação	(1.818)	(1.578)	15,2%	(6.940)	(5.603)	23,9%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>544.385</b>	<b>456.126</b>	<b>19,3%</b>	<b>1.516.111</b>	<b>1.270.208</b>	<b>19,4%</b>
Margem Bruta (% Receita Líquida)	70,0%	70,8%	(0,9 p.p.)	69,3%	68,9%	0,4 p.p.

O Lucro Bruto do 4T23 totalizou R\$ 544,4 milhões, crescimento de 19,3% na comparação com o mesmo período de 2022, atingindo Margem Bruta de 70,0%. No acumulado do ano, a Margem Bruta alcançou 69,3%, com expansão de 0,4 p.p..

Neste trimestre, a Margem Bruta foi impactada pelo: (i) efeito das reclassificações de Despesas com Impostos, antes registradas na rubrica de "Impostos e Taxas", em Despesas de Vendas, e que, desde o 2T23, passaram a compor o total de Deduções da Receita, afetando em 0,5 p.p. a comparabilidade dos períodos analisados; (ii) menor volume de Crédito Presumido, que afetou em 0,5 p.p. a comparação entre os períodos, efeito natural do período de transição da fábrica de joias e menor volume produzido no período; (iii) maior volume de importação da categoria Life, que reduziu marginalmente a rentabilidade Bruta da categoria; (iv) normalização do nível de Perda de Estoque, registrada no Custo de Mercadoria Vendida, após implantação da estação de purificação de metais, que beneficiou a Margem Bruta do 4T22 em 0,6 p.p.; e (v) representatividade da campanha de Black Friday nas vendas do período, que no 4T23 foi 1,7 p.p. maior que no 4T22.

Importante destacar que 2023 foi um ano de importantes mudanças, e que mesmo com efeitos transitórios, que afetam a comparabilidade dos períodos, atestam a solidez da rentabilidade do negócio, a adequada composição de estoque em todas as categorias e a assertiva política de precificação da Companhia. No Ano, a somatória do aumento das Deduções da Receita, pela reclassificação de despesas, mencionada acima e do menor Crédito Presumido, pela transição da fábrica, afetou a Margem Bruta do ano em 1,0 p.p..



Despesas Operacionais	4T23	4T22	Δ% 23vs22	2023	2022	Δ% 23vs22
Despesas Operacionais (SG&A)	(322.233)	(252.424)	27,7%	(957.274)	(784.611)	22,0%
% Receita Bruta	-31,7%	-30,8%	(0,9 p.p.)	-34,3%	-34,1%	0,0 p.p.
% Receita Líquida	-41,4%	-39,2%	(2,2 p.p.)	-43,8%	-42,6%	(1,2 p.p.)
Despesas com Vendas	(255.700)	(194.965)	31,2%	(738.471)	(589.440)	25,3%
% Receita Bruta	-25,1%	-23,8%	(1,4 p.p.)	-26,5%	-25,6%	(0,9 p.p.)
% Receita Líquida	-32,9%	-30,3%	(2,6 p.p.)	-33,8%	-32,0%	(1,8 p.p.)
Despesas Gerais e Administrativas	(66.533)	(57.459)	15,8%	(218.803)	(195.171)	12,1%
% Receita Bruta	-6,5%	-7,0%	0,5 p.p.	-7,8%	-8,5%	0,6 p.p.
% Receita Líquida	-8,6%	-8,9%	0,4 p.p.	-10,0%	-10,6%	0,6 p.p.
Outras Despesas (Receitas) Operacionais	1.124	5.395	-79,2%	18.955	(901)	2204,7%
<b>Total de Despesas</b>	<b>(321.108)</b>	<b>(247.029)</b>	<b>30,0%</b>	<b>(938.320)</b>	<b>(785.512)</b>	<b>19,5%</b>

Despesas Operacionais (ex. não recorrentes)	4T23	4T22	Δ% 23vs22	2023	2022	Δ% 23vs22
Despesas Operacionais (SG&A) (ex. não recorrentes)	(311.232)	(252.424)	23,3%	(932.503)	(779.111)	19,7%
% Receita Bruta	-30,6%	-30,8%	0,2 p.p.	-33,4%	-33,9%	0,4 p.p.
% Receita Líquida	-40,0%	-39,2%	(0,8 p.p.)	-42,6%	-42,3%	(0,4 p.p.)
Despesas com Vendas (ex. não recorrentes)	(255.700)	(194.965)	31,2%	(734.333)	(589.440)	24,6%
% Receita Bruta	-25,1%	-23,8%	(1,4 p.p.)	-26,3%	-25,6%	(0,7 p.p.)
% Receita Líquida	-32,9%	-30,3%	(2,6 p.p.)	-33,6%	-32,0%	(1,6 p.p.)
Despesas Gerais e Administrativas (ex. não recorrentes)	(55.533)	(57.459)	-3,4%	(198.170)	(189.671)	4,5%
% Receita Bruta	-5,5%	-7,0%	1,5 p.p.	-7,1%	-8,2%	1,1 p.p.
% Receita Líquida	-7,1%	-8,9%	1,8 p.p.	-9,1%	-10,3%	1,2 p.p.
Outras Despesas (Receitas) Operacionais (ex. não recorrentes)	1.124	5.395	-79,2%	5.837	1.680	247,4%
<b>Total de Despesas (ex. não recorrentes)</b>	<b>(310.108)</b>	<b>(247.029)</b>	<b>25,5%</b>	<b>(926.666)</b>	<b>(777.431)</b>	<b>19,2%</b>

Para melhorar a comparabilidade, a tabela acima demonstra a eliminação dos efeitos não recorrentes, conforme segue: (i) para o 4T23, R\$ 3,8 milhões referente à rescisão de diretoria estatutária e (ii) R\$ 7,2 milhões de êxito de advogados. Além das despesas mencionadas acima, para o ano de 2023, foram excluídas também as seguintes despesas/receitas: (i) despesa de bônus extraordinária na fábrica; (ii) despesa de R\$ 3,4 milhões de rescisão de diretoria estatutária; (iii) R\$2,6 milhões em êxito de advogados e (iv) receita de 13,6 milhões de créditos extemporâneos de PIS e Cofins. Já para o resultado de 2022 foram excluídos os seguintes efeitos: (i) fee de sucesso de R\$5,5 milhões, referente à eliminação de riscos tributários em autos de infração relacionados ao desembaraço de importação entre 2012 e 2014; (ii) R\$2,6 milhões referente à constituição de provisão adicional para o DIFAL, do exercício de 2021.

Para eliminar o impacto do aumento das Deduções da Receita na análise da eficiência operacional da Companhia em gerir despesas, a análise abaixo será feita com base nas despesas como percentual da Receita Bruta (líq. de devoluções), excluindo os efeitos não recorrentes.

As Despesas Operacionais (SG&A) do trimestre atingiram R\$ 311,2 milhões, o equivalente a 30,6% da Receita Bruta (líq. de devoluções), 0,2 p.p. melhor que o realizado no ano anterior.

As Despesas com Vendas aumentaram 31,2%, com pressão de 1,4 p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior, principalmente, (i) pela reclassificação de despesas antes registradas como Gerais e Administrativas e, pela relação direta à operação de venda, passaram a compor as despesas de vendas no montante de R\$ 7,7 milhões; (ii) pela adição de 61 lojas nos últimos 12 meses, bem como pelas lojas em maturação; (iii) pelo aumento das despesas com consultorias atreladas à aceleração das vendas digitais; (iii) pelos gastos relacionados à manutenção de lojas e temporários de lojas e logística; (iii) pelos investimentos no aprimoramento da infraestrutura de TI das lojas já existentes e novas lojas.

As Despesas Gerais e Administrativas (G&A) apresentaram uma diluição de 1,5 p.p. com relação à Receita Bruta (líq. de devoluções), comparado ao 4T22. Conforme explicado anteriormente, a reclassificação de despesas mencionada no parágrafo anterior beneficiou a rubrica de Despesas com Pessoal do G&A em R\$ 8,2 milhões.

Importante ressaltar que as mudanças mencionadas não afetam os indicadores operacionais e refletem melhor a natureza de cada uma das despesas.

As Outras Despesas (Receitas) Operacionais do 4T23 registraram uma receita de R\$ 1,1 milhão.

## 4T23 | EBITDA AJUSTADO E MARGEM EBITDA AJUSTADA

Reconciliação do EBITDA (R\$ mil)	4T23	4T22	Δ% 23vs22	2023	2022	Δ% 23vs22
<b>Lucro Líquido</b>	<b>144.150</b>	<b>157.757</b>	<b>-8,6%</b>	<b>369.245</b>	<b>360.854</b>	<b>2,3%</b>
<i>Margem líquida (%)</i>	<i>18,5%</i>	<i>24,5%</i>	<i>(6,0 p.p.)</i>	<i>16,9%</i>	<i>19,6%</i>	<i>(2,7 p.p.)</i>
(+) IR/CSLL	27.554	10.205	170,0%	31.598	(29.820)	206,0%
(+) Resultado financeiro	17.254	12.280	40,5%	49.804	45.338	9,9%
(+) Depreciação e Amortização	36.137	30.434	18,7%	134.085	113.926	17,7%
<b>EBITDA Total</b>	<b>225.095</b>	<b>210.676</b>	<b>6,8%</b>	<b>584.731</b>	<b>490.298</b>	<b>19,3%</b>
(-) Despesas de aluguel (IFRS16)	(35.695)	(32.670)	9,3%	(112.649)	(97.297)	15,8%
(+) Efeitos não recorrentes	11.000	-	n.a	7.516	8.081	-7,0%
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>200.400</b>	<b>178.006</b>	<b>12,6%</b>	<b>479.598</b>	<b>401.082</b>	<b>19,6%</b>
<i>Margem EBITDA Ajustada (%)</i>	<i>25,8%</i>	<i>27,6%</i>	<i>(1,9 p.p.)</i>	<i>21,9%</i>	<i>21,8%</i>	<i>0,2 p.p.</i>

Efeitos não recorrentes em 2023: (i) para o 4T23, R\$ 3,8 milhões referente à rescisão de diretoria estatutária e (ii) R\$ 7,2 milhões de êxito de advogados. Além das despesas mencionadas acima, para o ano de 2023, foram excluídas também as seguintes despesas/receitas: (i) despesa de bônus extraordinária na fábrica; (ii) despesa de R\$ 3,4 milhões de rescisão de diretoria estatutária; (iii) R\$2,6 milhões em êxito de advogados e (iv) receita de 13,6 milhões de créditos extemporâneos de PIS e Cofins.

Efeitos não recorrentes em 2022: (i) fee de sucesso de R\$5,5 milhões, referente à eliminação de riscos tributários em autos de infração relacionados ao desembaraço de importação entre 2012 e 2014; (ii) R\$2,6 milhões referente à constituição de provisão adicional para o DIFAL, do exercício de 2021.

No 4T23, a Companhia registrou R\$ 200,4 milhões de EBITDA Ajustado, com Margem EBITDA Ajustada de 25,8%. O EBITDA do trimestre foi ajustado pela despesa de aluguel dos contratos classificados pelo IFRS/16, bem como por efeitos não recorrentes, conforme segue: (i) R\$ 3,8 milhões de rescisão de membros da diretoria estatutária e (ii) fee de sucesso de R\$ 7,2 milhões, referentes a) ao processo que gerou uma receita com créditos extemporâneos de PIS/COFINS e b) ao aproveitamento de créditos de ICMS, devido ao reconhecimento da relação de interdependência entre a Conipa e Tellerina em Novembro de 2023.

A Margem EBITDA Ajustada atingiu 25,8% e foi impactada, principalmente, pelo menor crédito presumido gerado no período e pelo aumento de despesas operacionais, em razão do aumento do parque de lojas e aprimoramento da infraestrutura tecnológica, importante para impulsionar o novo ciclo de crescimento.

Em 2023, o EBITDA Ajustado da Companhia atingiu R\$ 479,6 milhões, um crescimento de 19,6% comparado ao ano de 2022 e uma Margem EBITDA Ajustada de 21,9%, expandindo 0,2 p.p. contra o ano anterior. Vale destacar que em um ano de projetos relevantes nas fundações do negócio, a Companhia foi capaz de proteger a rentabilidade, mesmo diante de efeitos transitórios, que impactam a comparabilidade dos períodos.

## 4T23 | LUCRO LÍQUIDO E MARGEM LÍQUIDA

Reconciliação do Lucro Líquido (R\$ mil)	4T23	4T22	Δ% 23vs22	2023	2022	Δ% 23vs22
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>200.400</b>	<b>178.006</b>	<b>12,6%</b>	<b>479.598</b>	<b>401.082</b>	<b>19,6%</b>
<i>Margem EBITDA Ajustada (% Receita Líquida)</i>	<i>25,8%</i>	<i>27,6%</i>	<i>(1,9 p.p.)</i>	<i>21,9%</i>	<i>21,8%</i>	<i>0,2 p.p.</i>
(-) Despesas de aluguel (IFRS16)	35.695	32.670	9,3%	112.649	97.297	15,8%
(-) Efeitos não recorrentes (Despesas Operacionais)	(11.000)	-	-	(7.516)	(8.081)	-7,0%
(+) Depreciação e Amortização	(36.137)	(30.434)	18,7%	(134.085)	(113.926)	17,7%
(+) Resultado financeiro	(17.254)	(12.280)	40,5%	(49.804)	(45.338)	9,9%
(+) IR/CSLL	(27.554)	(10.205)	170,0%	(31.598)	29.820	-206,0%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>144.150</b>	<b>157.757</b>	<b>-8,6%</b>	<b>369.245</b>	<b>360.854</b>	<b>2,3%</b>
<i>Margem Líquida (% Receita Líquida)</i>	<i>18,5%</i>	<i>24,5%</i>	<i>(6,0 p.p.)</i>	<i>16,9%</i>	<i>19,6%</i>	<i>(2,7 p.p.)</i>

A Companhia registrou Lucro Líquido de R\$ 144,1 milhões no trimestre e Margem Líquida de 18,5%. Em 2023, o Lucro Líquido da Companhia foi de R\$ 369,2 milhões, com uma Margem Líquida de 16,9%.

A pressão da Margem Líquida no período é explicada (i) pelo resultado operacional; (ii) pela normalização do Imposto Diferido; e (iii) pela diferença do nível de crédito presumido entre os períodos, em razão do menor volume produzido pela indústria.

Investimentos (R\$ mil)	4T23	4T22	Δ% 23vs22	2023	2022	Δ% 23vs22
<b>Capex Total</b>	<b>38.795</b>	<b>31.314</b>	<b>23,9%</b>	<b>178.186</b>	<b>137.731</b>	<b>29,4%</b>
Novas lojas	22.903	15.736	45,5%	72.771	64.699	12,5%
Reformas e Manutenção	1.328	3.337	-60,2%	27.026	20.398	32,5%
Fábrica	5.234	1.502	248,4%	36.421	8.259	341,0%
Sistemas/TI	7.273	6.042	20,4%	29.333	26.143	12,2%
Outros	2.058	4.697	-56,2%	12.636	18.231	-30,7%
<b>CAPEX/Receita Líquida (%)</b>	<b>5,0%</b>	<b>4,9%</b>	<b>0,1 p.p.</b>	<b>8,1%</b>	<b>7,5%</b>	<b>0,7 p.p.</b>

No 4T23, os investimentos totalizaram R\$ 38,8 milhões, um aumento de 23,9% em relação aos investimentos do 4T22, explicado pelo (i) aumento nos investimentos da implantação da nova fábrica, (ii) a inauguração de 3 lojas Vivara e 19 lojas Life no trimestre e (iii) pelos investimentos em sistemas de TI, principalmente referentes à segunda fase do projeto de implementação do sistema SAP4Hana. Em 2023, o CAPEX totalizou R\$ 178,2 milhões, crescimento de 29,4% em relação à 2022, maior nível histórico já registrado.

## 4T23 | ENDIVIDAMENTO

Dívida Líquida (R\$ mil)	2023	2022	Δ %	9M23	Δ %
<b>Empréstimos e Financiamentos</b>	<b>271.463</b>	<b>225.157</b>	<b>20,6%</b>	<b>274.382</b>	<b>-1,1%</b>
Curto Prazo	111.463	116.970	-4,7%	141.777	-21,4%
Longo Prazo	160.000	108.186	47,9%	132.604	20,7%
Caixa e Equivalentes de Caixa	304.490	382.867	-20,5%	206.834	47,2%
<b>Caixa Líquido</b>	<b>(33.026)</b>	<b>(157.710)</b>	<b>-79,1%</b>	<b>67.548</b>	<b>148,9%</b>
EBITDA Ajustado LTM (últimos 12 meses)	479.598	401.082	19,6%	457.092	4,9%
<b>Dívida Líquida/EBITDA Ajustado</b>	<b>-</b>	<b>0,1x</b>	<b>-</b>	<b>0,4x</b>	<b>na</b>

No final de 2023, a Companhia retomou à posição de Caixa Líquido. No período, o Endividamento Bruto aumentou em 20,6%, quando comparado a Dezembro de 2022 e reduziu 1,1%, na comparação com o acumulado em 9M23.

## 4T23 | GERAÇÃO DE CAIXA

Geração de Caixa (R\$ mil)	4T23	4T22	Δ% 23vs22	2023	2022	Δ% 23vs22
<b>Lucro Líquido</b>	<b>144.150</b>	<b>157.753</b>	<b>-8,6%</b>	<b>369.245</b>	<b>360.854</b>	<b>2,3%</b>
(+/-) IR/CSLL e Outros Ajustes	26.638	10.806	146,5%	42.946	2.483	1629,3%
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>170.789</b>	<b>168.559</b>	<b>1,3%</b>	<b>412.190</b>	<b>363.338</b>	<b>13,4%</b>
<b>Capital de Giro</b>	<b>(44.732)</b>	<b>(88.193)</b>	<b>-49,3%</b>	<b>(269.326)</b>	<b>(345.909)</b>	<b>-22,1%</b>
Contas a Receber	(272.035)	(216.901)	25,4%	(167.675)	(131.616)	27,4%
Estoques	92.660	64.684	43,2%	(73.548)	(182.618)	-59,7%
Fornecedores	(27.869)	(42.463)	-34,4%	(42.059)	(12.348)	240,6%
Impostos a Recuperar	56.499	(3.539)	1696,6%	29.351	(33.510)	187,6%
Obrigações Tributárias	34.525	47.503	-27,3%	(38.368)	(15.456)	148,2%
Outros ativos e passivos	71.488	62.521	14,3%	22.974	29.639	-22,5%
<b>Caixa das Atividades Operacionais Gerencial</b>	<b>126.057</b>	<b>80.366</b>	<b>56,9%</b>	<b>142.864</b>	<b>17.429</b>	<b>719,7%</b>
Capex	(38.795)	(31.315)	23,9%	(178.186)	(137.731)	29,4%
<b>Consumo/Geração de Caixa Livre <sup>(1)</sup></b>	<b>87.262</b>	<b>49.051</b>	<b>77,9%</b>	<b>(35.321)</b>	<b>(120.302)</b>	<b>-70,6%</b>

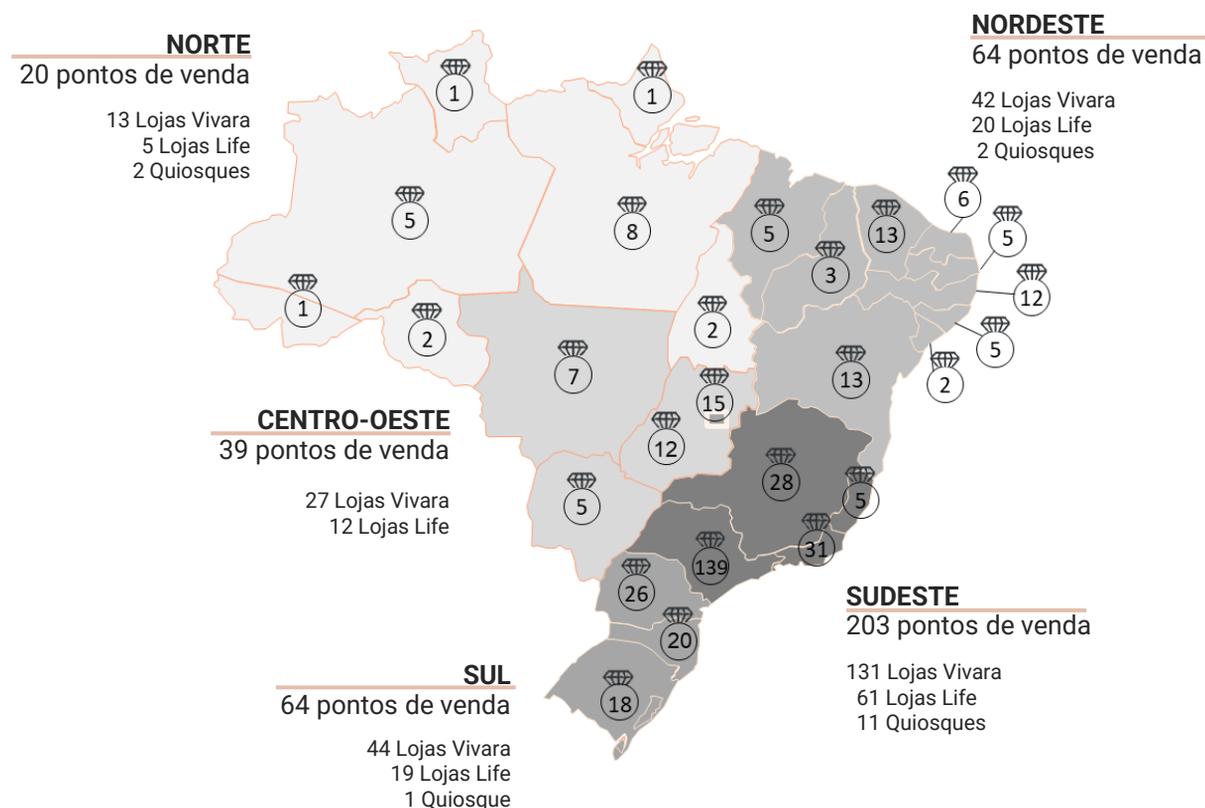
(1) Essa é uma medição gerencial, não contábil, elaborada pela Companhia, e não é parte integrante do escopo de trabalho da auditoria independente.

No 4T23, a Companhia gerou R\$ 126,1 milhões de caixa operacional, 56,9% a mais que no 4T22. A geração de caixa livre alcançou a marca de R\$ 87,3 milhões, beneficiada, principalmente pela menor alocação em estoques e pela recuperação dos créditos gerados pela aprovação, em Novembro, do regime de interdependência, em que a Tellerina passou a utilizar os créditos de ICMS gerados pela Conipa, no estado de São Paulo. A alocação em capital de giro foi impactada pela conta de fornecedores, em razão da redução da compra de matéria prima, no final do ano, tanto para fornecedores convênio, com adesão ao risco sacado, quanto para os demais.

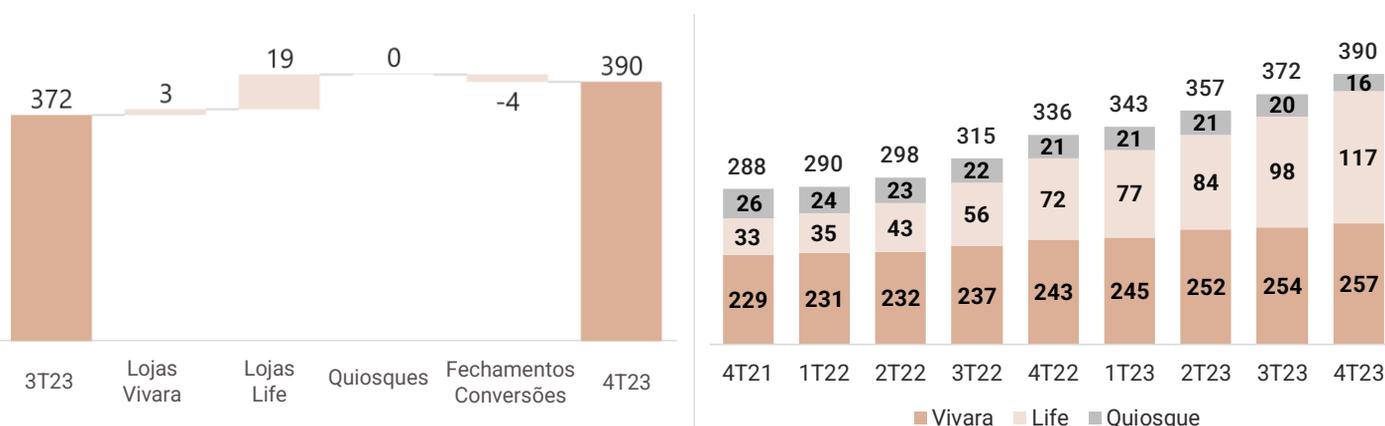
A Companhia encerra o ano de 2023 com 390 pontos de vendas em operação, sendo 257 lojas Vivara, 117 lojas Life e 16 quiosques, com um total de 32.405,75 metros quadrados de área de venda. Mantendo o ritmo acelerado de expansão esperado para o ano, a Companhia completou a abertura de 61 novas lojas, sendo 16 lojas Vivara e 45 lojas Life, com uma adição de 4.640,85 metros quadrados de área de venda, mais um recorde histórico de crescimento.

Presente em todos os estados do Brasil, atualmente, as lojas Vivara possuem 51% de concentração na região Sudeste.

As lojas Life já marcam presença em 100% das regiões brasileiras, concentrando 52% das lojas também na região Sudeste.



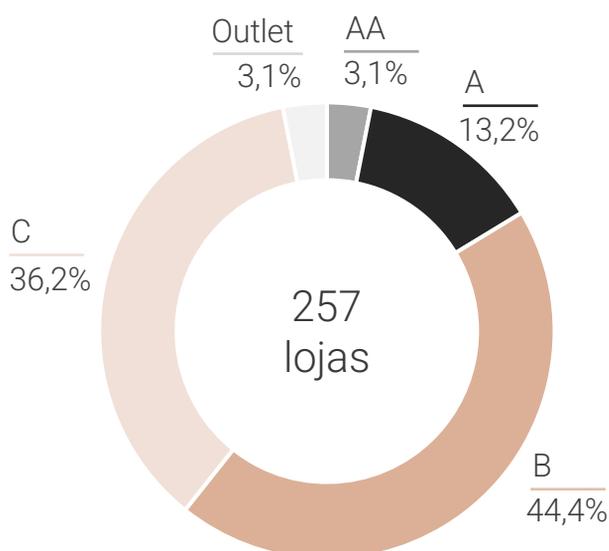
EXPANSÃO 4T23



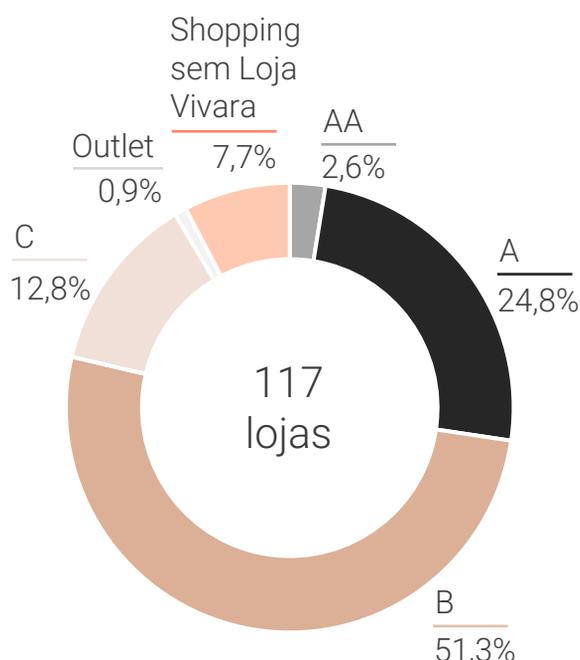
A Companhia estabelece a clusterização de suas operações de lojas Vivara em diferentes perfis de shoppings, levando em consideração segmentação de renda, porte da cidade e portfólio de lojas, variando da classificação AA até os Outlets. As lojas de cada perfil se diferenciam pelo sortimento disponível, bem como pela arquitetura e mobiliário.

Conforme classificações, a dispersão de lojas Vivara nos diferentes segmentos de shoppings pelo Brasil se dá conforme abaixo.

### Lojas Vivara



### Lojas Life



Os perfis aqui reportados para lojas Life refletem a classificação feita para a loja Vivara do mesmo shopping, tendo em vista que, para lojas Life, ainda não existe diferenciação de formatos e sortimento de produtos em shoppings de perfis distintos.

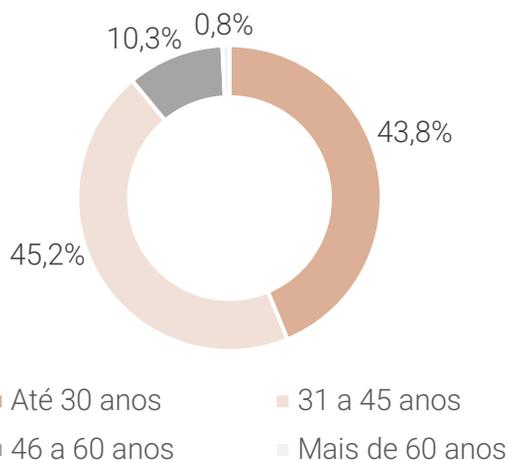
A Vivara encerrou ano de 2023 comemorando a importante marca de 4.950 pessoas engajadas em entregar sempre mais e melhor. Divididas em quatro diferentes áreas, lojas, fábrica logística e escritório, as pessoas se desdobraram em suas funções para entregar um ano de importantes transformações.

Em outubro, a Companhia reuniu em sua Convenção Anual de Vendas, mais de 430 pessoas do time de lojas, que são as pessoas que, diariamente, tem um desafio de fascinar os clientes. Foram dias imersos em treinamento, muito aprendizado e conteúdo, conversando de produto, de marketing, de gestão, de omnicanalidade, entre outros.

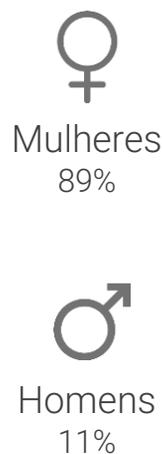
Nesse ano, para as lojas, foi implantado o programa "Ser Líder na Vivara", focado na contratação, desenvolvimento de perfil de liderança, feedback, liderança situacional, entre outros. Considerando também os treinamentos à equipe do corporativo, a Companhia totalizou mais de 393 horas de treinamento aos colaboradores.

Além disso, também esse ano, a Vivara realizou o primeiro Censo de Diversidade com colaboradores, a fim de levantar o cenário da Companhia quanto aos principais marcadores de diversidade: etnia, gênero, orientação afetivo-sexual e pessoas com deficiência.

### Faixa Etária



### Perfil por Gênero



Com o objetivo de fortalecer a agenda ESG, consolidando as ações e projetos estabelecidos priorizando a Diversidade, o Empoderamento Feminino e a Responsabilidade Social e Ambiental da nossa cadeia de fornecimento, matéria prima e operações, desde 2019 investimos em iniciativas para impulsionar a agenda, como: (i) aderimos ao IRMA (*Initiative for Responsible Mining Assurance*), iniciativa para a garantia de mineração responsável, (ii) implementamos o programa de Auditoria na Cadeia de Fornecimento, e empoderamento da mulher, utilizando os Princípios do Empoderamento das Mulheres da Organização das Nações Unidas como norteador, (iii) alcançamos o marco de realizar auditoria em 100% dos nossos fornecedores diretos, (iv) passamos a incluir a agenda ESG em nosso Planejamento Estratégico, (v) criamos a comissão de sustentabilidade e *squads* de trabalho focados em temas específicos, (vi) conquistamos o selo *Women on Board*, (vii) concluímos o primeiro inventário de gases de efeito estufa, (viii) concluímos o processo de auditoria para obtenção da Certificação do *Responsible Jewellery Council* (RJC), nos tornando a primeira joalheria brasileira a obter a certificação, (ix) inauguramos 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, entre outras.

Em 2023, continuando nossa agenda ESG, ampliamos a nossa parceria com o Instituto Jô Clemente, incluindo pessoas com deficiência intelectual para atendimento em nossas lojas. Também passamos a integrar a 1ª carteira do IDIVERSA B3, índice elaborado pela B3 para reconhecer as companhias listadas que se destacam em diversidade, além de promover maior representatividade de grupos minoritários, como o gênero feminino, pessoas negras e indígenas no mercado. Em agosto, a Companhia foi convidada a participar do painel sobre ouro, tecnologias e mercado, na EXPOSIBRAM, congresso que reúne as principais companhias mineradoras para a discussão de temas relacionados à indústria mineral nacional e internacional. Além disso, inauguramos a nova fábrica de prata e relógios, usando processos e ferramentas mais ecoeficientes e migramos para o Mercado Livre de Energia, passando a usar 100% de energia renovável na nossa fábrica.

Mostrando cada vez mais comprometimento com a gestão do tema de sustentabilidade internamente, definimos indicadores ESG para monitoramento e controle, com isso, reforçamos a transversalidade do tema e a integração à cultura da Companhia.

Damos atenção especial aos critérios de rastreabilidade e transparência na cadeia de fornecimento da matéria-prima. Pelo terceiro ano consecutivo, a Companhia atingiu 100% de aderência dos fornecedores diretos à auditoria e com nota média de 98,7% de atendimento ao *checklist* de conformidade. Essa ação reforça nosso compromisso com o uso responsável de recursos naturais e minimização de impactos socioambientais.

## OURO



Fornecedor com certificação LBMA (*London Bullion Market Assurance*), garantindo que 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*.

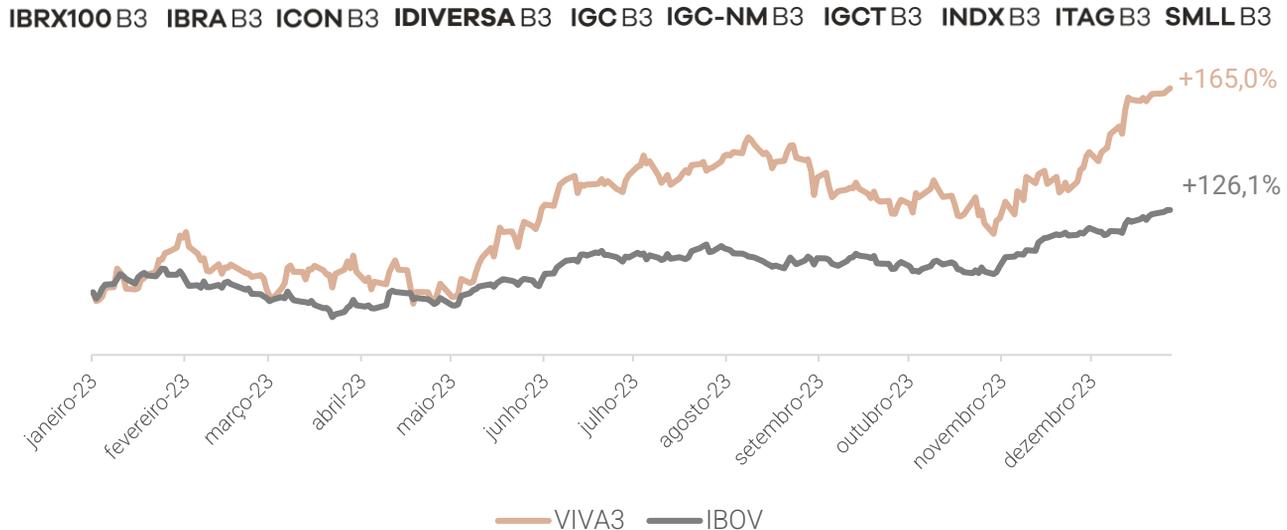
## GEMAS CORADAS



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

Em 2023, a Vivara completou quatro anos de listagem, com as ações negociadas na B3 – Brasil, Bolsa, Balcão, sob o código VIVA3. No ano, as ações VIVA3 valorizaram 165,0%, atingindo um valor de mercado de R\$ 8,1 bilhões em 30 de dezembro, enquanto o Ibovespa teve uma valorização de 126,1%. O volume financeiro médio diário de negociação das ações da Vivara foi de R\$ 54,7 milhões em 2023.

As ações da Vivara integram dez índices B3, sendo eles: IBRX-100 (Índice Brasil 100), IBRA (Índice Brasil Amplo), ICON (Índice de Consumo), IDIVERSA (Índice de Diversidade), IGC (Índice de Ações com Governança Corporativa Diferenciada), IGC-NM (Índice de Ações com Governança Corporativa Novo Mercado), IGCT (Índice de Governança Corporativa Trade), INDX (Índice Industrial), ITAG (Índice de Ações com Tag Along Diferenciado) e SMLL (Índice Small Cap):



## GOVERNANÇA CORPORATIVA

A Vivara tem suas ações listadas no Novo Mercado, o mais alto nível de governança corporativa da bolsa

O Conselho de Administração é composto por 5 membros, sendo 80% membros independentes e 60% mulheres. 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 3 comitês de apoio e monitoramento: Comitê de Auditoria, Riscos e Finanças; Comitê de Pessoas, Cultura e Governança; e Comitê de Assuntos Estratégicos. A função principal dos comitês é propiciar ao Conselho de Administração os elementos e subsídios necessários ao processo decisório e apoiar a Diretoria nas políticas aprovadas pelo seu Conselho de Administração.

### Conselho de Administração

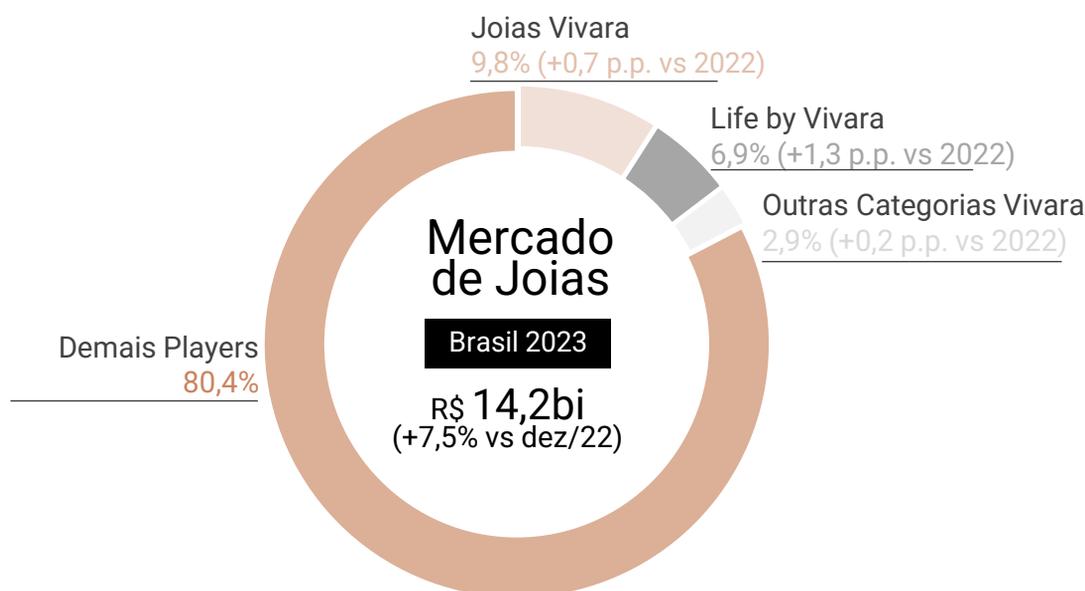
- João Cox Neto  
Presidente
- Anna Andrea Votta Alves Chaia  
Membro independente
- Fábio José Silva Coelho  
Membro independente
- Tarcila Reis Corrêa Ursini  
Membro independente
- Marina Kaufman Bueno Netto  
Membro

### Diretoria Estatutária

- Nelson Kaufman  
Diretor Presidente e Operações
- Otávio Chacon do Amaral Lyra  
Diretor Financeiro e de Relações com Investidores
- Marina Kaufman Bueno Netto  
Diretora de Marketing e Sustentabilidade

- 2024 – A Companhia inicia o ano com boas perspectivas e otimista com os projetos a serem entregues nos próximos meses. O parque de lojas inauguradas no últimos meses tem demonstrado boa aderência aos retornos projetados. Desta forma, os indicativos inerentes ao negócio apontam para mais um ano de entregas e resultados consistentes, mesmo em face aos novos desafios fiscais que se materializaram no final do ano passado. A operação da nova planta industrial de Manaus nos habilita a projetar ganhos de rentabilidade capazes de neutralizar o aumento da carga fiscal. Temos investido fortemente na escalabilidade da operação fabril, para aumentar a internalização da categoria Life, enquanto trabalhamos no desenvolvimento de produtos para otimizar nosso portfólio em todas as marcas e categorias.
- Expansão – Ainda com foco na expansão de lojas Life dada a atratividade da oportunidade e o bom desempenho das aberturas que vêm sendo acompanhadas, a expectativa é que esse ritmo siga acelerado durante o ano de 2024, superando 2023 no número de inaugurações, com a inauguração de 70 a 80 lojas durante o ano. Até o dia 19 de março, inauguramos 16 lojas.
- Market Share – A Companhia encerra o ano com 19,6% de participação no mercado brasileiro de joias, apresentando 2,2 p.p. de expansão comparado a dezembro de 2022, sendo 9,8% para a marca de Joias Vivara, 6,9% para a marca Life e 2,9% de outras categorias. Esse desempenho é resultado do notável crescimento das lojas físicas, fruto do forte plano de expansão, bem como do sucesso de lançamentos de coleções e produtos, combinado com uma eficiente gestão de mix e preços. Para o ano de 2024, a Companhia segue confiante na manutenção e expansão de sua posição de liderança no mercado, reforçando continuamente seus projetos estratégicos e de crescimento. Em 2023, Vivara foi responsável pelo crescimento de 40% do mercado de joias no Brasil.

## MARKET SHARE



Fonte: Companhia. Considera a receita total da Vivara, não excluindo as categorias de relógio e acessórios. LTM Dezembro, 2023.

*Life*  
VIVARA



DRE (R\$ mil)	4T23	4T22	Δ% 23vs22	2023	2022	Δ% 23vs22
<b>Receita Bruta de Vendas de Mercadorias</b>	<b>1.170.569</b>	<b>943.488</b>	<b>24,1%</b>	<b>3.337.360</b>	<b>2.738.038</b>	<b>21,9%</b>
<b>Receita Bruta de Serviços</b>	<b>2.168</b>	<b>2.098</b>	<b>3,3%</b>	<b>9.386</b>	<b>8.384</b>	<b>12,0%</b>
Deduções da Receita Bruta	(239.054)	(176.357)	35,6%	(601.041)	(456.184)	31,8%
Trocas e devoluções	(155.556)	(125.184)	24,3%	(558.730)	(446.503)	25,1%
<b>Receita Líquida</b>	<b>778.127</b>	<b>644.045</b>	<b>20,8%</b>	<b>2.186.975</b>	<b>1.843.735</b>	<b>18,6%</b>
(-) Custos dos Produtos Vendidos e serviços prestados	(231.924)	(186.341)	24,5%	(663.924)	(567.925)	16,9%
(-) Depreciações e Amortizações	(1.818)	(1.578)	15,2%	(6.940)	(5.603)	23,9%
<b>(=) Lucro Bruto</b>	<b>544.385</b>	<b>456.126</b>	<b>19,3%</b>	<b>1.516.111</b>	<b>1.270.208</b>	<b>19,4%</b>
<b>(-) Despesas Operacionais</b>	<b>(355.428)</b>	<b>(275.884)</b>	<b>28,8%</b>	<b>(1.065.465)</b>	<b>(893.835)</b>	<b>19,2%</b>
<b>Vendas</b>	<b>(255.700)</b>	<b>(194.965)</b>	<b>31,2%</b>	<b>(738.471)</b>	<b>(589.440)</b>	<b>25,3%</b>
Pessoal	(134.822)	(93.828)	43,7%	(377.815)	(284.720)	32,7%
Aluguéis e condomínios	(20.637)	(15.685)	31,6%	(71.406)	(56.195)	27,1%
Descontos sobre arrendamentos	-	-	n.a	-	-	n.a
Frete	(12.591)	(10.970)	14,8%	(37.238)	(32.269)	15,4%
Comissão sobre Cartões	(20.107)	(16.317)	23,2%	(55.418)	(44.988)	23,2%
Serviços de Terceiros	(10.946)	(2.922)	274,7%	(28.628)	(15.073)	89,9%
Despesas com Marketing	(40.199)	(44.759)	-10,2%	(110.618)	(107.093)	3,3%
Outras despesas com vendas	(16.397)	(10.485)	56,4%	(57.349)	(49.102)	16,8%
<b>Gerais e Administrativas</b>	<b>(66.533)</b>	<b>(57.459)</b>	<b>15,8%</b>	<b>(218.803)</b>	<b>(195.171)</b>	<b>12,1%</b>
Pessoal	(28.920)	(26.677)	8,4%	(109.447)	(95.311)	14,8%
Aluguéis e condomínios	(360)	(407)	-11,4%	(1.030)	(1.328)	-22,4%
Serviços de Terceiros	(25.972)	(20.089)	29,3%	(72.336)	(65.889)	9,8%
Outras Despesas Gerais e Administrativas	(11.280)	(10.286)	9,7%	(35.990)	(32.643)	10,3%
Depreciações e Amortizações	(34.319)	(28.856)	18,9%	(127.145)	(108.323)	17,4%
Resultado de Equivalência Patrimonial	-	-	n.a	-	-	n.a
Outros Despesas (Receitas) Operacionais	1.124	5.395	-79,2%	18.955	(901)	-2204,7%
<b>(=) Lucro (Prejuízo) Antes das Financeiras</b>	<b>188.958</b>	<b>180.242</b>	<b>4,8%</b>	<b>450.646</b>	<b>376.372</b>	<b>19,7%</b>
<b>(=) Resultado Financeiro</b>	<b>(17.254)</b>	<b>(12.280)</b>	<b>40,5%</b>	<b>(49.804)</b>	<b>(45.338)</b>	<b>9,9%</b>
Receitas Financeiras Líquidas	6.415	11.904	-46,1%	40.761	46.581	-12,5%
Despesas Financeiras Líquidas	(23.669)	(24.184)	-2,1%	(90.564)	(91.919)	-1,5%
<b>(=) Lucro Operacional</b>	<b>171.704</b>	<b>167.962</b>	<b>2,2%</b>	<b>400.843</b>	<b>331.035</b>	<b>21,1%</b>
Imposto de Renda e Contribuição Social	(27.554)	(10.205)	170,0%	(31.598)	29.820	-206,0%
<b>(=) Lucro Líquido</b>	<b>144.150</b>	<b>157.757</b>	<b>-8,6%</b>	<b>369.245</b>	<b>360.854</b>	<b>2,3%</b>

# 4T23 | DEMONSTRAÇÕES DO RESULTADO PRÓ-FORMA

Na DRE abaixo, ficam demonstradas as mesmas reclassificações feitas a partir do 2T23, para os dois períodos analisados em 2022. O quadro não é parte do escopo de revisão da auditoria independente e tem função meramente ilustrativa, não se representando qualquer reapresentação de resultados já reportados em períodos anteriores.

DRE (R\$ mil)	4T23	4T22	Δ% 23vs22	2023	2022	Δ% 23vs22
<b>Receita Bruta de Vendas de Mercadorias</b>	<b>1.170.569</b>	<b>943.488</b>	<b>24,1%</b>	<b>3.337.360</b>	<b>2.738.038</b>	<b>21,9%</b>
<b>Receita Bruta de Serviços</b>	<b>2.168</b>	<b>2.098</b>	<b>3,3%</b>	<b>9.386</b>	<b>8.384</b>	<b>12,0%</b>
Deduções da Receita Bruta	(239.054)	(179.236)	33,4%	(601.041)	(472.050)	27,3%
Trocas e devoluções	(155.556)	(125.184)	24,3%	(558.730)	(446.503)	25,1%
<b>Receita Líquida</b>	<b>778.127</b>	<b>641.166</b>	<b>21,4%</b>	<b>2.186.975</b>	<b>1.827.869</b>	<b>19,6%</b>
(-) Custos dos Produtos Vendidos e serviços prestados	(231.924)	(186.783)	24,2%	(663.924)	(569.472)	16,6%
(-) Depreciações e Amortizações	(1.818)	(1.578)	15,2%	(6.940)	(5.603)	23,9%
<b>(=) Lucro Bruto</b>	<b>544.385</b>	<b>452.805</b>	<b>20,2%</b>	<b>1.516.111</b>	<b>1.252.794</b>	<b>21,0%</b>
<b>(-) Despesas Operacionais</b>	<b>(355.428)</b>	<b>(272.562)</b>	<b>30,4%</b>	<b>(1.065.465)</b>	<b>(876.423)</b>	<b>21,6%</b>
<b>Vendas</b>	<b>(255.700)</b>	<b>(200.841)</b>	<b>27,3%</b>	<b>(738.471)</b>	<b>(594.881)</b>	<b>24,1%</b>
Pessoal	(134.822)	(99.268)	35,8%	(377.815)	(297.906)	26,8%
Aluguéis e condomínios	(20.637)	(15.685)	31,6%	(71.406)	(56.195)	27,1%
Descontos sobre arrendamentos	-	-	n.a	-	-	n.a
Frete	(12.591)	(10.970)	14,8%	(37.238)	(32.269)	15,4%
Comissão sobre Cartões	(20.107)	(16.317)	23,2%	(55.418)	(44.988)	23,2%
Serviços de Terceiros	(10.946)	(5.235)	109,1%	(28.628)	(20.670)	38,5%
Despesas com Marketing	(40.199)	(44.759)	-10,2%	(110.618)	(107.093)	3,3%
Outras despesas com vendas	(16.397)	(8.608)	90,5%	(57.349)	(35.759)	60,4%
<b>Gerais e Administrativas</b>	<b>(66.533)</b>	<b>(48.261)</b>	<b>37,9%</b>	<b>(218.803)</b>	<b>(172.318)</b>	<b>27,0%</b>
Pessoal	(28.920)	(20.795)	39,1%	(109.447)	(80.577)	35,8%
Aluguéis e condomínios	(360)	(407)	-11,4%	(1.030)	(1.328)	-22,4%
Serviços de Terceiros	(25.972)	(17.769)	46,2%	(72.336)	(60.289)	20,0%
Outras Despesas Gerais e Administrativas	(11.280)	(9.290)	21,4%	(35.990)	(30.123)	19,5%
Depreciações e Amortizações	(34.319)	(28.856)	18,9%	(127.145)	(108.323)	17,4%
Resultado de Equivalência Patrimonial	-	-	n.a	-	-	n.a
Outros Despesas (Receitas) Operacionais	1.124	5.395	-79,2%	18.955	(901)	-2204,7%
<b>(=) Lucro (Prejuízo) Antes das Financeiras</b>	<b>188.958</b>	<b>180.243</b>	<b>4,8%</b>	<b>450.646</b>	<b>376.372</b>	<b>19,7%</b>
<b>(=) Resultado Financeiro</b>	<b>(17.254)</b>	<b>(12.280)</b>	<b>40,5%</b>	<b>(49.804)</b>	<b>(45.338)</b>	<b>9,9%</b>
Receitas Financeiras Líquidas	6.415	11.904	-46,1%	40.761	46.581	-12,5%
Despesas Financeiras Líquidas	(23.669)	(24.184)	-2,1%	(90.564)	(91.919)	-1,5%
<b>(=) Lucro Operacional</b>	<b>171.704</b>	<b>167.962</b>	<b>2,2%</b>	<b>400.843</b>	<b>331.034</b>	<b>21,1%</b>
Imposto de Renda e Contribuição Social	(27.554)	(10.205)	170,0%	(31.598)	29.820	-206,0%
<b>(=) Lucro Líquido</b>	<b>144.150</b>	<b>157.758</b>	<b>-8,6%</b>	<b>369.245</b>	<b>360.854</b>	<b>2,3%</b>

	2023	2022	Δ%
<b>CIRCULANTE</b>			
Caixa e equivalentes de caixa	221.495	160.036	38,4%
Títulos e valores mobiliários	82.995	155.139	-46,5%
Contas a receber	830.832	663.797	25,2%
Estoques	782.706	709.712	10,3%
Impostos a recuperar	118.353	55.870	111,8%
Despesas pagas antecipadamente e outros créditos	20.198	16.465	22,7%
<b>Total do ativo circulante</b>	<b>2.056.580</b>	<b>1.761.019</b>	<b>16,8%</b>
<b>NÃO CIRCULANTE</b>			
Títulos e valores mobiliários LP	-	67.692	-100,0%
Depósitos judiciais	23.899	28.213	-15,3%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	222.152	199.153	11,5%
Impostos a recuperar	114.022	181.693	-37,2%
Imobilizado	765.746	652.164	17,4%
Intangível	59.191	42.240	40,1%
<b>Total do ativo não circulante</b>	<b>1.185.010</b>	<b>1.171.155</b>	<b>1,2%</b>
<b>ATIVO TOTAL</b>	<b>3.241.590</b>	<b>2.932.174</b>	<b>10,6%</b>
<b>CIRCULANTE</b>			
Fornecedores	73.629	104.961	-29,9%
Fornecedores Convenio	29.519	40.247	-26,7%
Empréstimos e financiamentos	111.463	116.970	-4,7%
Obrigações trabalhistas e previdenciárias	117.859	92.338	27,6%
Obrigações tributárias	85.081	111.870	-23,9%
Arrendamentos a pagar	17.663	19.766	-10,6%
Instrumentos derivativos passivo	7.216	672	973,8%
Arrendamentos direito de uso a pagar	70.059	59.546	17,7%
Juros sobre capital próprio a pagar	2	2	-6,1%
Dividendos a pagar	87.699	85.704	2,3%
Outras obrigações	95.397	94.179	1,3%
<b>Total do passivo circulante</b>	<b>695.587</b>	<b>726.255</b>	<b>-4,2%</b>
<b>NÃO CIRCULANTE</b>			
Instrumentos derivativos passivo LP	-	1.814	-100,0%
Empréstimos e financiamentos	160.000	108.186	47,9%
Provisão para riscos cíveis, trabalhistas e tributários	14.574	18.254	-20,2%
Arrendamentos direito de uso a pagar	432.625	415.097	4,2%
Outras obrigações	5.082	4.616	10,1%
<b>Total do passivo não circulante</b>	<b>612.281</b>	<b>547.967</b>	<b>11,7%</b>
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>			
Capital social	1.105.381	1.105.381	0,0%
Reservas de lucros	896.618	615.068	45,8%
Ações em tesouraria	(24.176)	(14.694)	64,5%
Opções Outorgadas	8.940	5.238	70,7%
Reservas de Capital	(53.041)	(53.041)	0,0%
<b>Total do patrimônio líquido</b>	<b>1.933.722</b>	<b>1.657.952</b>	<b>16,6%</b>
<b>TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>3.241.590</b>	<b>2.932.174</b>	<b>10,6%</b>

Fluxo de Caixa (R\$ mil)	4T23	4T22	Δ% 23vs22	2023	2022	Δ% 23vs22
<b>Lucro Líquido</b>	<b>144.150</b>	<b>157.753</b>	<b>-8,6%</b>	<b>369.245</b>	<b>360.854</b>	<b>2,3%</b>
Ajustes do Lucro Líquido	74.364	58.511	27,1%	222.344	165.173	34,6%
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>218.514</b>	<b>216.264</b>	<b>1,0%</b>	<b>591.588</b>	<b>526.027</b>	<b>12,5%</b>
Variação nos ativos e passivos operacionais:						
Contas a receber	(272.035)	(216.901)	-25,4%	(167.675)	(131.616)	-27,4%
Estoques	92.660	64.684	43,2%	(73.548)	(182.618)	59,7%
Fornecedores	(27.869)	(42.463)	34,4%	(42.059)	(12.348)	-240,6%
Impostos a Recuperar	56.499	(3.539)	1696,6%	29.351	(33.510)	187,6%
Obrigações Tributárias	34.525	47.503	-27,3%	(38.368)	(15.456)	-148,2%
Outros ativos e passivos	71.488	62.521	14,3%	22.974	29.639	-22,5%
<b>Caixa das atividades operacionais</b>	<b>173.782</b>	<b>128.071</b>	<b>35,7%</b>	<b>322.263</b>	<b>180.118</b>	<b>78,9%</b>
Imposto de Renda e Contribuição Social	(11.589)	(13.516)	14,3%	(43.219)	(43.439)	0,5%
Juros pagos de empréstimos e financiamentos	(5.221)	(12.738)	59,0%	(24.772)	(30.555)	18,9%
Juros pagos de arrendamentos de direito de uso	(15.947)	(12.883)	-23,8%	(52.803)	(42.815)	-23,3%
<b>Caixa líquido das atividades operacionais</b>	<b>141.026</b>	<b>88.934</b>	<b>58,6%</b>	<b>201.469</b>	<b>63.309</b>	<b>218,2%</b>
Ações em Tesouraria	-	-	-	(11.112)	(14.694)	24,4%
Imobilizado	(32.872)	(28.270)	-16,3%	(151.579)	(109.006)	-39,1%
Intangível	(5.923)	(3.045)	-94,5%	(26.607)	(28.725)	7,4%
Outros	65.978	13.137	402,2%	151.494	105.281	43,9%
<b>Caixa das atividades de Investimentos</b>	<b>27.183</b>	<b>(18.178)</b>	<b>249,5%</b>	<b>(37.804)</b>	<b>(47.144)</b>	<b>19,8%</b>
Dividendos e JCP	(0)	0	na	(85.701)	(70.889)	-20,9%
Empréstimos e financiamentos	-	(2.500)	100,0%	47.500	(60.343)	178,7%
Arrendamento do Direito de Uso	(14.969)	(8.568)	-74,7%	(58.604)	(45.880)	-27,7%
Outros	(1.263)	(1.320)	4,3%	(5.400)	(4.604)	-17,3%
<b>Caixa das atividades de financiamento</b>	<b>(16.232)</b>	<b>(12.388)</b>	<b>-31,0%</b>	<b>(102.205)</b>	<b>(181.717)</b>	<b>43,8%</b>
<b>Aumento (redução) de caixa e equivalente de caixa</b>	<b>151.977</b>	<b>58.368</b>	<b>160,4%</b>	<b>61.459</b>	<b>(165.552)</b>	<b>137,1%</b>
Saldo Inicial de caixa e equivalente de caixa	69.519	101.668	-31,6%	160.036	325.588	-50,8%
Saldo final de caixa e equivalente de caixa	221.495	160.036	38,4%	221.495	160.036	38,4%

- **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, gerando 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** (*Last Twelve Months EBITDA*) é a somatória dos últimos 12 meses 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 Administrativo e Financeiro

Melina Rodrigues – Diretora de Relações com Investidores

Nicole Caputo – Especialista de Relações com Investidores

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

VIVARA

ri@vivara.com.br  
ri.vivara.com.br