

VIVARA

3T22 • DIVULGAÇÃO DE

---

RESULTADOS

---

São Paulo, 10 de novembro de 2022 - A Vivara Participações S.A. (B3: VIVA3), a maior rede de joalherias da América Latina, divulga os resultados do 3º trimestre de 2022.

## DESTAQUES DO TRIMESTRE

- Receita Bruta (liq. de devoluções) de R\$ 481,4 milhões e crescimento de 17,2%, na comparação com o 3T21.
- Expansão de 14,3%, nas vendas em mesmas lojas (SSS), somente lojas físicas.
- O Lucro Bruto somou R\$ 268,8 milhões, com Margem Bruta de 68,4% no 3T22, com +0,7 p.p., de expansão, em relação ao 3T21.
- Recorde de inaugurações em um único trimestre: foram 20 novos pontos de vendas no trimestre, com destaque para as lojas Life, que encerrou o trimestre com 56 pontos.
- No trimestre, o EBITDA Ajustado totalizou R\$ 71,7 milhões e Lucro Líquido de R\$ 68,1 milhões.
- Conclusão da mudança da plataforma de e-commerce para a Vtex.
- Finalização da migração das atividades *backoffice* para o SAPS/4HANA.
- Pela primeira vez na história, a Vivara foi certificada pela *Great Place to Work*®.



Principais Indicadores Financeiros (R\$ mil)	3T22	3T21	Δ % 22vs21	9M22	9M21	Δ % 22vs21
Receita Bruta (liq. de devoluções)	481.376	410.603	17,2%	1.479.518	1.140.740	29,7%
Receita Líquida	392.876	337.215	16,5%	1.199.690	916.940	30,8%
Lucro bruto	268.822	228.427	17,7%	814.081	617.331	31,9%
Margem Bruta (%)	68,4%	67,7%	0,7 p.p.	67,9%	67,3%	0,6 p.p.
EBITDA	94.521	83.674	13,0%	279.626	213.413	31,0%
Margem Ebitda (%)	24,1%	24,8%	(0,8 p.p.)	23,3%	23,3%	0,0 p.p.
EBITDA Ajustado <sup>(1)</sup>	71.710	66.693	7,5%	223.080	165.804	34,5%
Margem Ebitda Ajustada (%)	18,3%	19,8%	(1,5 p.p.)	18,6%	18,1%	0,5 p.p.
Lucro Líquido	68.127	86.258	-21,0%	82.749	171.362	-51,7%
Margem Líquida (%)	17,3%	25,6%	(8,2 p.p.)	6,9%	18,7%	(11,8 p.p.)
Lucro Líquido Recorrente <sup>(3)</sup>	68.127	67.360	1,1%	203.101	152.464	33,2%
Margem Líquida Recorrente (%)	17,3%	20,0%	(2,7 p.p.)	16,9%	16,6%	0,3 p.p.
SSS <sup>(2)</sup> (lojas físicas)	14,3%	45,3%	na	31,4%	70,4%	na
SSS (lojas físicas + e-commerce)	10,4%	28,9%	na	21,4%	48,8%	na
Geração de Caixa Operacional <sup>(4)</sup>	(24.168)	71.027	-134,0%	(62.907)	194.161	-132,4%

(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, detalhados na sessão de EBITDA Ajustado. Além disso, o período acumulado do 9M22 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.

(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.

# PROJETOS DE SUSTENTAÇÃO DO NEGÓCIO

CONSTRUINDO AS FUNDAÇÕES PARA SER A MAIOR E MELHOR REDE DE JOALHERIAS DA AMÉRICA LATINA

Com o objetivo claro de habilitar a Vivara para “**EXPANDIR** a liderança de mercado, **FASCINAR** os clientes e **FORTALECER** o **ENGAJAMENTO DOS COLABORADORES**”, o ano de 2022 tem sido marcado por intensas transformações. Um pilar do planejamento estratégico da Companhia, em 2022, foi dedicado a projetos de sustentação, que fortalecem as fundações do negócio e pavimentam a estrutura da Companhia para o crescimento acelerado dos próximos anos.



## INTEGRAÇÃO DAS ESTRUTURAS CORPORATIVAS E MUDANÇA PARA A NOVA SEDE

R\$13,5  
milhões

Investimento  
na nova  
estrutura

Em agosto, concluímos as obras da **nova sede** da Vivara e fizemos a integração das estruturas físicas das áreas corporativas, Logística, Serviço de Atendimento Cliente (SAC) e Assistência Técnica. A mudança garante mais agilidade na comunicação das áreas e tem como principal foco a melhoria da **eficiência operacional**.

Na nova sede, a área dedicada à logística e Assistência Técnica dobrou de tamanho e ocupa, hoje, uma área de 1.600 m<sup>2</sup>. O **estoque** do e-commerce e do centro de distribuição foram integrados fisicamente, o que habilita a Companhia para uma operação omni automatizada, com otimização de estoque, mais agilidade e eficiência.

As áreas de SAC, Monitoramento e Operação de Lojas passam a ocupar o mesmo espaço, com o intuito de atender de forma rápida e eficaz as demandas relacionadas à experiência do cliente.

Ainda na nova sede, está em fase de conclusão o primeiro **Centro de Pesquisa e Desenvolvimento da Vivara**. Através de estudos e análises, o espaço tem o objetivo buscar melhorias contínuas nos processos, reduzir o lead time e aprimorar a qualidade dos produtos.

## AVANÇOS ESTRUTURAIS NA CAPACIDADE PRODUTIVA DA FÁBRICA

A fábrica em Manaus passou por muita mudança em 2022. Com mais de **800 pessoas** dedicadas à fabricação, nas três diferentes linhas de produção, a Companhia aumentou em **37,7%** o volume de produtos internalizados nos últimos 9 meses.

Em Life, a internalização de processos, como fabricação interna da malha das pulseiras e cravação em cera, trouxe melhoria na **rentabilidade** da categoria, mais agilidade à **reposição** e ao desenvolvimento de **novas linhas de produtos**.

Em Joias, novas tecnologias, como corte a laser e produção de peças em tubo oco, garantem design diferenciado para as peças e produtos mais rentáveis.

## PROJETOS DE SUSTENTAÇÃO DO NEGÓCIO (Cont.)

O processo de fundição direta, implementado esse ano, reduziu o número de etapas de produção, com ganhos em **eficiência** e possibilidade de aprimoramento no design das peças.

Foi implantada, também, uma estação de **purificação de metais**, que permite melhor aproveitamento da matéria prima e, conseqüentemente, redução do volume de perdas.

Ainda, ao longo do ano, com o suporte de uma consultoria internacional, a fábrica passou por uma revisão de todos os processos produtivos para estabelecer as diretrizes da nova fábrica, que será implementada em 2023. O foco do novo projeto é adequar a produção aos padrões internacionais de qualidade, com adoção das **melhores práticas e tecnologias**. A nova fábrica terá uma área de **10 mil m<sup>2</sup>**, com capacidade instalada suficiente para **triplicar** o volume de itens produzidos nos próximos 5 anos.



### ▶ AMPLIAR EFICIÊNCIA OPERACIONAL E REDUZIR COMPLEXIDADE

No início de outubro, após nove meses de preparação e trabalho intenso de times multidisciplinares, a Companhia migrou as atividades de backoffice para o **SAPS/4HANA**. O novo ERP escolhido é um sistema completo que dará visão global e detalhada do negócio para operacionalizar a estratégia de longo prazo. O projeto **Vivara 6.0** tem o objetivo de garantir mais agilidade nas rotinas administrativas, processos mais robustos e estáveis, transparência e controle para a operação através de uma plataforma mundialmente reconhecida.

Em 2023, o projeto segue para as próximas etapas, contemplando a operação sistêmica do processo produtivo, da fábrica de Manaus, integração do e-commerce, operação logística e integração com PDVs. Este projeto é mais um importante passo no avanço da governança e transformação digital da Companhia, garantindo terreno sólido para o crescimento e construção do futuro.

No início do setembro, a mudança da plataforma digital para **VTEX** foi concluída. Com o objetivo de melhorar a experiência digital dos clientes, o projeto traz novas funcionalidades, como o sistema de regionalização de disponibilidade de estoque, otimização da navegação em páginas-chave, como produto, cadastro e check out. Também contempla uma vitrine automática com sugestões de itens complementares, catálogos digitais interativos, carrinho compartilhado, *live commerce* e *split* de pedidos (pedido saindo de mais de uma localidade, compondo entrega única ao cliente).

A área de logística habilitou novos fornecedores e hoje já conta com **seis** grandes operadores. A pulverização das entregas reduz a dependência a um único player, possibilita a gestão otimizada do frete e a mudança mais rápida, em caso de paralisações.

A Vivara criou ainda, ao longo desse ano, uma área de recuperação de vendas, que hoje já conta com 4 vendedoras exclusivas. Essa modalidade faz atendimento das demandas relacionadas à devolução ou cancelamento de vendas e atua diretamente na resolução do problema e conversão da venda, mas também atua na venda estimulada. No 3T22, essa modalidade de venda atingiu **R\$ 1,1 milhão** de vendas.



## PROJETOS DE SUSTENTAÇÃO DO NEGÓCIO (Cont.)

### AUMENTAR ENGAJAMENTO DO TIME VIVARA

Esse ano, pela primeira vez, a Vivara foi certificada como uma das melhores empresas para se trabalhar pelo **Great Place to Work®**.

A Certificação Great Place to Work® 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 obterem melhores resultados por meio de uma cultura de confiança, alto desempenho e inovação.

### ADEQUAR PRINCIPAIS CONFORMIDADES DA AGENDA ASG

A Agenda Ambiental, Social e de Governança (ASG) também é priorizada no planejamento estratégico da Companhia e integra os pilares de sustentação do negócio, com objetivos a serem desdobrados nos próximos ciclos.

Em 2022, com o intuito de fortalecer a cadeia de suprimentos e garantir a rastreabilidade da matéria prima, a Companhia investiu na ampliação da auditoria de fornecedores diretos, encerrando o mês de outubro com 78% das auditorias concluídas e um resultado surpreendente de 95,5% de atendimento ao checklist de conformidade, que leva em consideração atributos sociais, aderência à legislação ambiental e segurança de trabalho.

Além dos fornecedores auditados a Vivara passou a aplicar também autoavaliação socioambiental nos fornecedores de relógios e embalagens, ampliando, assim, a abrangência e mitigando riscos.

Em julho, foi encerrada a auditoria para obtenção da certificação do *Responsible Jewellery Council* (RJC), com nível de atendimento de 98,4% dos itens verificados.

Como a maior rede de joalherias da América Latina, a Vivara tem convicção de que precisa liderar pelo exemplo também nos aspectos referentes à sustentabilidade do setor. Desta forma, mantém o olhar atento à gestão interna do tema e à cadeia de fornecimento, que continua sendo o maior desafio do segmento.

A sustentabilidade é uma jornada e a Companhia continua focada na melhoria contínua, trabalhando para que o tema seja considerado de forma transversal dentro das diferentes áreas do negócios e nas decisões diárias.



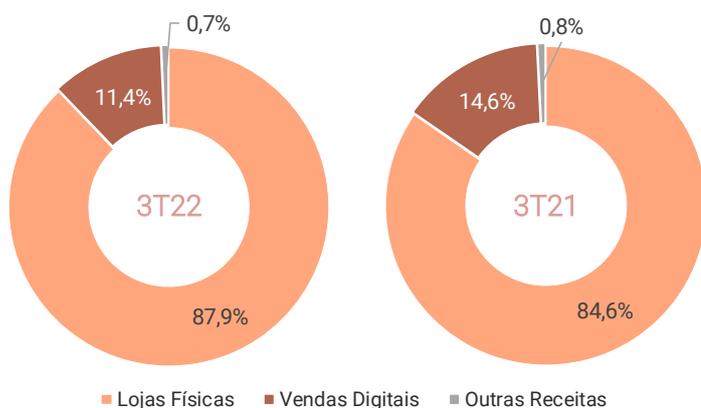
# COMENTÁRIO DO DESEMPENHO FINANCEIRO

## RECEITA BRUTA (Liq. Dev.)

- A Receita Bruta, líquida de devoluções, cresceu 17,2%, na comparação com o 3T21, e acelera o crescimento quando comparada ao 3T19, com expansão de 55,9%. Impulsionada pelo aumento de cobertura de estoque em todas as categorias e pela aceleração da expansão orgânica de lojas Vivara e Life, nos últimos meses.
- O *Same Store Sales* (SSS) de lojas físicas apresentou crescimento de 14,3% em relação ao 3T21. Na visão que inclui as vendas digitais, o SSS foi de 10,4% na comparação dos períodos. A receita líquida atingiu R\$ 392,9 milhões, 16,5% maior que no 3T21.

Revenue per channel (R\$, 000)	3Q22	3Q21	3Q19	Δ % 22vs21	Δ % 22vs19	9M22	9M21	9M19	Δ % 22vs21	Δ % 22vs19
Gross Revenue (net of return)	481.376	410.603	308.688	17,2%	55,9%	1.479.518	1.140.740	968.301	29,7%	52,8%
Physical Stores	423.234	347.563	281.429	21,8%	50,4%	1.295.404	935.470	885.401	38,5%	46,3%
Vivara Stores	374.369	325.362	261.383	15,1%	43,2%	1.162.240	879.709	822.440	32,1%	41,3%
Life Stores	41.124	12.016	1.693	242,3%	2329,1%	108.055	26.142	5.623	313,3%	1821,8%
Kioks	7.740	10.185	18.353	-24,0%	-57,8%	25.109	29.618	57.338	-15,2%	-56,2%
Digital Sales	54.748	59.792	23.018	-8,4%	137,9%	174.180	196.586	64.468	-11,4%	170,2%
Others	3.393	3.247	4.242	4,5%	-20,0%	9.933	8.684	18.432	14,4%	-46,1%
Deductions	(88.500)	(73.388)	(68.353)	20,6%	29,5%	(279.828)	(223.800)	(204.219)	25,0%	37,0%
Net Revenue	392.876	337.215	240.335	16,5%	63,5%	1.199.690	916.940	764.082	30,8%	57,0%
SSS (physical stores)	14,3%	45,3%	7,3%	na	na	31,4%	70,4%	6,3%	na	na
SSS (physical stores + e-commerce)	10,4%	28,9%	8,5%	na	na	21,4%	48,8%	9,4%	na	na

## VENDA POR CANAL



- As vendas digitais foram 8,4% menores quando comparadas ao 3T21, atingindo 11,4% de participação nas vendas totais. Comportamento muito similar ao observado nos demais períodos desse ano e explicado pela forte retomada do fluxo nas lojas físicas e redução da participação do projeto Joias em Ação nas vendas digitais.

## LOJAS LIFE

- O 3T22 foi marcado pelo acelerado ritmo de expansão, especialmente para as lojas com o novo conceito Life. Foram 13 novas lojas Life, atingindo 56 operações ao final do período. A Companhia segue acompanhando os principais indicadores desse canal e, conseqüentemente, a sua coexistência com as lojas Vivara em mesmo shopping.

**R\$4,3 milhões**

DE RECEITA MÉDIA LTM NO PARQUE DE LOJAS MADURAS  
11 lojas<sup>(\*)</sup>, com +24 meses

(\*) 8 lojas ainda com arquitetura antiga

**-2,4 p.p.**

DE PARTICIPAÇÃO MÉDIA NO MIX LIFE DE LOJA VIVARA NOS SHOPPINGS COM LOJAS LIFE  
Canibalização  
3T22 vs 3T21

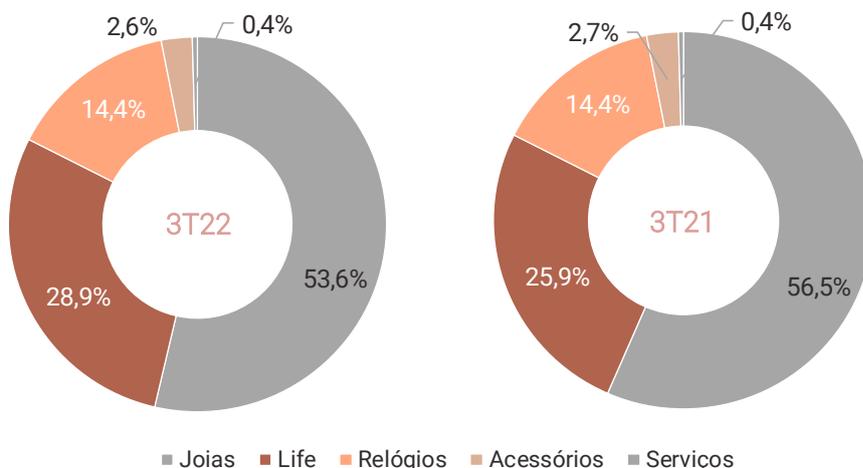
**+66,5% SSS**

CRESCIMENTO DE SAME STORE SALES DE LOJAS MADURAS  
+24 meses  
3T21 vc 3T22

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

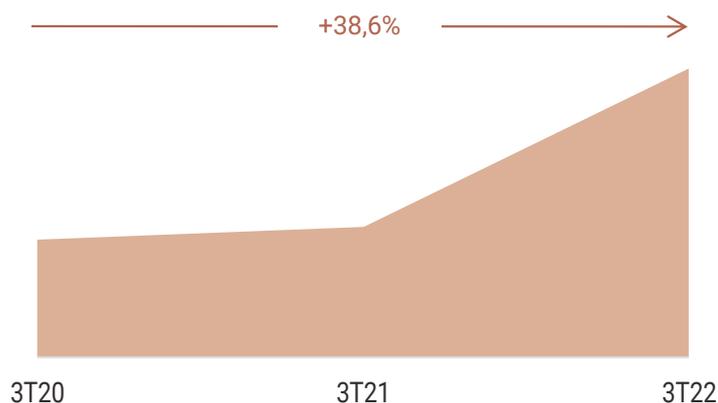
### VENDA POR CATEGORIA

Quando ao mix de vendas, o destaque do trimestre foi a categoria de Life, que cresceu 30,4% nas vendas em relação ao 3T21 e ganhou 3,0 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.



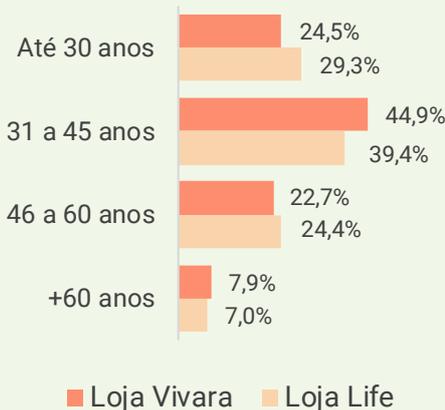
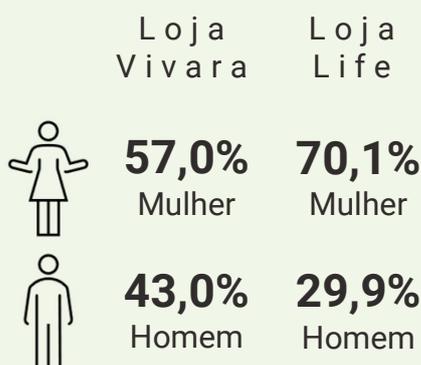
### EVOLUÇÃO DA ESTRATÉGIA DE PRODUTO LIFE

#### QUANTIDADE DE MODELOS DE PRODUTOS LIFE



- 2022 simboliza a evolução da estratégia de produto Life. No 3T22 houve um aumento de 38,6% no sortimento de produtos comparado aos últimos 24 meses. Atualmente, a marca Life conta com mais de 1.800 modelos de produtos, como parte da estratégia de diversificação.
- Ainda em relação à categoria Life, o aumento de lançamento de "Coleções" tem impulsionado a venda dessa subcategoria, que hoje já é superior a 50% da venda total de produtos Life.
- A marca Life tem, cada vez mais, se posicionado com um produto de apelo de moda, com design exclusivo e mix de joalheria com preço acessível.

### CLIENTES POR CANAL\*



### TOTAL DE CLIENTES ATIVOS 9M22

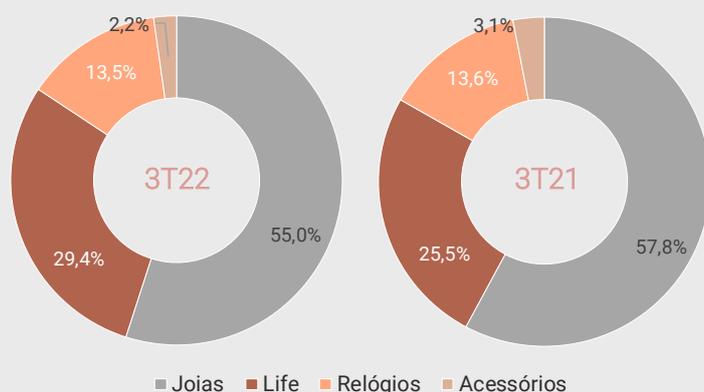


# RECEITA BRUTA (Liq. Dev.) (Cont.)

## VENDAS EM LOJAS FÍSICAS

- No 3T22, a Companhia registrou expansão de 21,8% nas vendas das lojas físicas, quando comparado ao 3T21, com SSS de 14,3%.
- Neste trimestre, o crescimento de vendas foi impulsionado pelo volume de peças vendidas que, em lojas Vivara, cresceu 16,9% e em lojas Life 233,9%. Na visão mesmas lojas, considerando Loja Life e Vivara, o aumento de volume foi de 7,0%.

MIX DE VENDAS EM LOJAS FÍSICAS



- Quanto ao mix de vendas em lojas físicas, destaca-se o crescimento de 3,9 p.p. da categoria Life em comparação ao 3T21. Esse comportamento é explicado, principalmente, pelo aumento de 37 novas lojas exclusivas do conceito Life adicionadas ao parque, nos últimos 12 meses.

Abertura por negócio (R\$ mil)		3T22	3T21	3T19	Δ 22vs21	Δ 22vs19	9M22	9M21	9M19	Δ 22vs21	Δ 22vs19
Vivara	Número de lojas	237	227	184	10	53	237	227	184	10	53
	Aberturas líquidas	5	6	6	-1	-1	3	19	11	-16	-8
	Área de vendas (m²)	21.683	20.646	16.681	5,0%	30,0%	21.683	20.646	16.681	5,0%	30,0%
	Receita bruta (liq. dev.)	374.369	325.362	261.383	15,1%	43,2%	1.162.240	879.709	822.440	32,1%	41,3%
Life	Número de lojas	56	19	2	37	54	56	19	2	37	54
	Aberturas líquidas	13	5	0	8	13	10	10	0	0	10
	Área de vendas (m²)	4.047	1.102	86	267,2%	4594,4%	4.047	1.102	86	267,2%	4594,4%
	Receita bruta (liq. dev.)	41.124	12.016	1.693	242,3%	2329,1%	108.055	26.142	5.623	313,3%	1821,8%
Quiosque	Número de quiosques	22	29	54	(7)	-32	22	29	54	(7)	-32
	Aberturas líquidas	2	-1	0	3	2	-3	-17	-2	14	-1
	Área de vendas (m²)	143	191	341	-25,1%	-58,1%	143	191	341	-25,1%	-58,1%
	Receita bruta (liq. dev.)	7.740	10.185	18.353	-24,0%	-57,8%	25.109	29.618	57.338	-15,2%	-56,2%
Total	Número de pontos de vendas	315	275	240	40	75	315	275	240	40	75
	Aberturas líquidas	20	10	6	10	14	10	12	9	-2	1
	Área de vendas (m²)	25.873	21.939	17.108	17,9%	51,2%	25.873	21.939	17.108	17,9%	51,2%
	Receita bruta (liq. dev.)	423.234	347.563	281.429	21,8%	50,4%	1.295.404	935.470	885.401	38,5%	46,3%

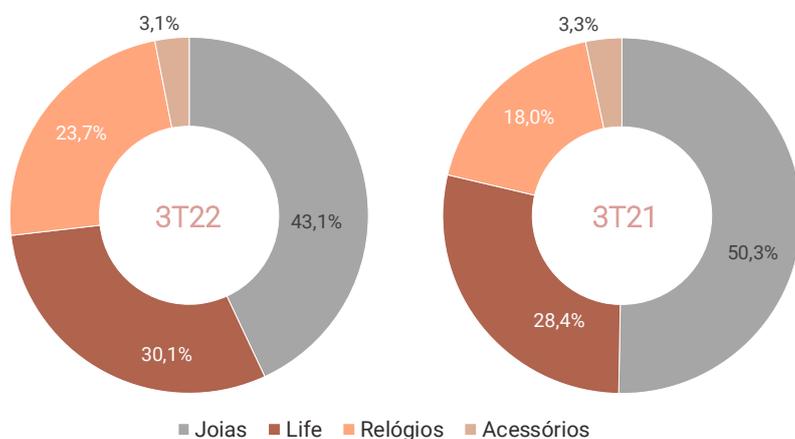
- Com 237 pontos de venda ao final do período, as lojas Vivara apresentaram Receita Bruta (liq. de devoluções) de R\$ 374,4 milhões no 3T22, representando um crescimento de 15,1%, comparado ao 3T21. O bom desempenho canal foi impulsionado pela expansão orgânica e pela estratégia de aumento de cobertura de estoque, oferecendo +31,8% modelos de produtos no 3T22, comparado ao 3T21.
- Representando 9,7% da receita do canal físico, as lojas exclusivas da marca Life encerraram o trimestre com 56 operações, somando 4.047 m² de área de vendas, aumento de 267,2%. Como reflexo da aceleração da expansão, a Receita Bruta (liq. de devoluções) deste canal atingiu R\$ 41,1 milhões no trimestre, apresentando crescimento de 242,3% em relação ao mesmo período do ano anterior.
- A retração na receita registrada nos quiosques deveu-se à conversão desse canal em lojas Life. Nos últimos 12 meses, a Companhia reduziu em 7 o número de quiosques em operação.

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

### VENDAS DIGITAIS

- No 3T22, as vendas digitais atingiram R\$ 54,7 milhões, 8,4% menores que no mesmo período do ano passado, representando 11,4% de participação nas vendas totais do trimestre. Esse resultado é reflexo, principalmente, do aumento do fluxo nos shoppings, e da estratégia de marketing da Companhia em 2022, com maior foco em branding e redução de itens promocionais.
- No 3T22, a categoria de Relógios foi o destaque do canal digital, com expansão de 5,7 p.p. de participação. Ampliação é explicada, principalmente, pelo lançamento de novos produtos da marca Vivara, bem como pela menor participação do projeto Joias em Ação, em que Joias tem maior representatividade.
- A categoria Life apresentou expansão de 1,7 p.p. nas vendas digitais do 3T22 quando comparado ao mesmo período do ano anterior.
- O projeto Joias em Ação, iniciativa de venda direta conduzida pelas vendedoras da rede, representou 28,4% das vendas digitais, 9,9 p.p. menor que a penetração do mesmo trimestre do ano anterior. Esse resultado deve-se, principalmente, (i) ao 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. Essa redução afetou, principalmente, a categoria de Joias, que perdeu 7,2 p.p. de representatividade nas vendas do canal e, (ii) à recomposição de estoque das lojas físicas, que reduziu a dependência do estoque online, na modalidade de prateleira infinita.

### MIX DE VENDAS DIGITAIS\*



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



- Cerca de 335 mil clientes que compraram nas lojas físicas, no 3T22, que foram ativados digitalmente e foram responsáveis por 29,2% das vendas em lojas físicas. Além disso, 21,3% das vendas digitais são omni e passam pela loja física, seja via *ship from store* ou *pick-up in store*, reforçando o compromisso da Companhia com o desenvolvimento da sua estratégia de integração total dos canais.
- Em agosto, a Companhia concluiu a migração do tráfego do e-commerce para a nova plataforma da Vtex. O projeto é um importante habilitador para o desenvolvimento da estratégia de omnicanalidade, já contando com soluções como um sistema de regionalização, estoque de lojas próximas, carrinho compartilhado e split de pedidos. Outro importante objetivo da nova plataforma é a melhoria da experiência do cliente, já trazendo vitrines automáticas com sugestão de itens complementares, catálogos digitais interativos e diversas otimizações de navegação.

## LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA

Lucro Bruto (R\$ mil) e Margem Bruta (%)	3T22	3T21	Δ % 22vs21	9M22	9M21	Δ % 22vs21
<b>Receita Líquida</b>	<b>392.876</b>	<b>337.215</b>	<b>16,5%</b>	<b>1.199.690</b>	<b>916.940</b>	<b>30,8%</b>
<b>Custo Total</b>	<b>(124.054)</b>	<b>(108.788)</b>	<b>14,0%</b>	<b>(385.609)</b>	<b>(299.609)</b>	<b>28,7%</b>
Aquisição de insumos, matérias-primas e produtos	(107.851)	(97.593)	10,5%	(337.722)	(271.536)	24,4%
% Receita Líquida	-27,5%	-28,9%	1,5 p.p.	-28,2%	-29,6%	1,5 p.p.
Despesas Fábrica	(16.203)	(11.195)	44,7%	(47.886)	(28.073)	70,6%
% Receita Líquida	-4,1%	-3,3%	(0,8 p.p.)	-4,0%	-3,1%	(0,9 p.p.)
Pessoal	(12.806)	(8.772)	46,0%	(38.434)	(22.003)	74,7%
% Receita Líquida	-3,3%	-2,6%	(0,7 p.p.)	-3,2%	-2,4%	(0,8 p.p.)
Despesas gerais da fábrica	(1.837)	(1.610)	14,1%	(5.428)	(3.746)	44,9%
% Receita Líquida	-0,5%	-0,5%	0,0 p.p.	-0,5%	-0,4%	(0,0 p.p.)
Depreciação	(1.559)	(812)	91,9%	(4.024)	(2.324)	73,1%
% Receita Líquida	-0,4%	-0,2%	(0,2 p.p.)	-0,3%	-0,3%	(0,1 p.p.)
<b>Lucro Bruto</b>	<b>268.822</b>	<b>228.427</b>	<b>17,7%</b>	<b>814.081</b>	<b>617.331</b>	<b>31,9%</b>
Margem Bruta %	68,4%	67,7%	0,7 p.p.	67,9%	67,3%	0,6 p.p.

- O Lucro Bruto do 3T22 totalizou R\$ 268,8 milhões, crescimento de 17,7% comparado com o mesmo período de 2021, atingindo Margem Bruta de 68,4%.
- A expansão de 0.7 p.p. na Margem Bruta, em relação ao 3T21, deveu-se, principalmente à maior participação de Life na venda total, que gerou diluição de 1.5 p.p. nos custos de aquisição de insumos e matérias-primas, e compensou o aumento nas despesas de pessoal de fábrica, 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 gerir custos.

## DESPESAS OPERACIONAIS

Despesas Operacionais	3T22	3T21	Δ % 22vs21	9M22	9M21	Δ % 22vs21
Despesas Operacionais (SG&A)	(176.104)	(144.657)	21,7%	(532.187)	(403.662)	31,8%
% Receita Líquida	-44,8%	-42,9%	(1,9 p.p.)	-44,4%	-44,0%	(0,3 p.p.)
Despesas com Vendas	(130.214)	(104.366)	24,8%	(394.476)	(297.963)	32,4%
% Receita Líquida	-33,1%	-30,9%	(2,2 p.p.)	-32,9%	-32,5%	(0,4 p.p.)
Despesas Gerais e Administrativas	(45.890)	(40.290)	13,9%	(137.712)	(105.699)	30,3%
% Receita Líquida	-11,7%	-11,9%	0,3 p.p.	-11,5%	-11,5%	0,0 p.p.
Outras Despesas (Receitas) Operacionais	244	(908)	-126,9%	(6.292)	(2.580)	-143,9%
<b>Total de Despesas</b>	<b>(175.860)</b>	<b>(145.565)</b>	<b>20,8%</b>	<b>(538.479)</b>	<b>(406.242)</b>	<b>-32,6%</b>

- As Despesas Operacionais (SG&A) do trimestre atingiram R\$ 176,1 milhões, 21,7% maior que no 3T21, equivalente a 44,8% da Receita Líquida.
- No 3T22, as despesas com Vendas cresceram 24,8% no período, impactadas, principalmente, pela aceleração dos planos de expansão. No 3T22, a Companhia atingiu recorde de lojas em maturação: são 75 lojas abertas nos últimos 24 meses, 25,6% do parque atual. Embora a maturação dos pontos de vendas seja acelerada, no terceiro trimestre, por não ter forte sazonalidade de vendas, o efeito de despesas fixas de loja acentua, principalmente, nas linhas de pessoal e aluguel, pela combinação do carregamento de lojas em maturação e a concentração de 41 inaugurações no 2S22.
- A pressão de 1,9 p.p. na comparação com o 3T21 é o reflexo, também: (i) das despesas pré-operacionais das 19 lojas inauguradas no 3T22, bem como das lojas a serem inauguradas no 4T22; (ii) da recomposição do quadro médio de colaboradoras por loja; (iii) dos reajustes de preço, de frete e das operadoras de cartão, congelados durante o período de pandemia; e (iii) da retomada dos serviços de manutenção de loja, que foram reduzidos ao longo de 2021.

## DESPESAS OPERACIONAIS (Cont.)

- As Despesas Gerais e Administrativas cresceram 13,9% no período, 11,7% da Receita Líquida. A alavancagem operacional de 0,3 p.p. se deu, mesmo em um período de intensivo de investimentos em projetos de sustentação do negócio, despesas incorridas com segurança, em razão da mudança para a nova sede e seguros, além das consultorias estratégicas fundamentais que habilitam a Companhia para o crescimento futuro.

## EBITDA AJUSTADO E MARGEM EBITDA AJUSTADA

Reconciliação do EBITDA (R\$ mil)	3T22	3T21	Δ % 22vs21	9M22	9M21	Δ % 22vs21
Lucro Líquido	68.127	86.258	-21,0%	203.101	171.362	18,5%
(+) IR/CSLL	(17.792)	(25.328)	-29,8%	(40.024)	(28.631)	39,8%
(+) Resultado financeiro	12.812	5.154	148,6%	33.057	19.658	68,2%
(+) Depreciação e Amortização	31.373	17.590	78,4%	83.492	51.025	63,6%
<b>EBITDA Total</b>	<b>94.521</b>	<b>83.674</b>	<b>13,0%</b>	<b>279.626</b>	<b>213.413</b>	<b>31,0%</b>
(-) Despesa de aluguel ( IFRS16)	(22.810)	(16.981)	34,3%	(64.627)	(47.609)	35,7%
(+) Efeitos não recorrentes	-	-	na	8.081	-	na
<b>EBITDA AJUSTADO</b>	<b>71.710</b>	<b>66.693</b>	<b>7,5%</b>	<b>223.080</b>	<b>165.804</b>	<b>34,5%</b>
<i>Margem Ebitda Ajustada (%)</i>	<i>18,3%</i>	<i>19,8%</i>	<i>(1,5 p.p.)</i>	<i>18,6%</i>	<i>18,1%</i>	<i>0,5 p.p.</i>

- No 3T22, a Companhia registrou R\$ 71,7 milhões de EBITDA Ajustado, com Margem EBITDA Ajustada de 18,3%. O crescimento de 7,5% 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 0.7 p.p. de Margem Bruta e pela alavancagem operacional vinda das Despesas Gerais e Administrativas, ainda que os efeitos não tenham sido suficientes para neutralizar o impacto do aumento das Despesas de Vendas.
- A pressão de 1,5 p.p. na Margem EBITDA Ajustada reflete o impacto da aceleração da expansão de lojas dos últimos 2 anos, com efeito principalmente nas Despesas de Pessoal e Aluguel, o reajuste de preços dos operadores logísticos e das operadoras de cartões de crédito, bem como pela retomada dos serviços de manutenção de loja.



## LUCRO LÍQUIDO E MARGEM LÍQUIDA

Reconciliação do Lucro Líquido (R\$ mil)	3T22	3T21	Δ % 22vs21	9M22	9M21	Δ % 22vs21
EBITDA Ajustado	71.710	66.693	7,5%	223.080	165.804	34,5%
<i>Margem Ebitda Ajustada (%)</i>	18,3%	19,8%	(1,5 p.p.)	18,6%	18,1%	0,5 p.p.
(-) Despesa de aluguel ( IFRS16)	22.810	16.981	34,3%	64.627	47.609	35,7%
(-) Efeitos não recorrentes (Despesas Operacionais)	-	-	na	(8.081)	-	na
(+) Depreciação e Amortização	(31.373)	(17.590)	78,4%	(83.492)	(51.025)	63,6%
(+) Resultado financeiro	(12.812)	(5.154)	148,6%	(33.057)	(19.658)	68,2%
(+) IR/CSLL	17.792	25.328	-29,8%	40.024	28.631	39,8%
Lucro Líquido	68.127	86.258	-21,0%	203.101	171.362	18,5%
<i>Margem Líquida Ajustada (%)</i>	17,3%	25,6%	(8,2 p.p.)	16,9%	18,7%	(1,8 p.p.)
Efeito one-off (IR/CSLL)	-	(18.898)	na	-	(18.898)	-100,0%
<b>Lucro Líquido Recorrente</b>	<b>68.127</b>	<b>67.360</b>	<b>1,1%</b>	<b>203.101</b>	<b>152.464</b>	<b>33,2%</b>
Margem Líquida Recorrente (%)	17,3%	20,0%	-2,7 bps	16,9%	16,6%	0,3 p.p.

○ A Companhia registrou Lucro Líquido de R\$ 68,1 milhões no 3T22 e Margem Líquida de 17,3%. O Lucro Líquido do período foi beneficiado pelo crédito de imposto diferido, em virtude do maior volume de produção da fábrica de Manaus e impactado pela maior despesa financeira do período, como efeito do menor caixa e maior taxa de juros na comparação dos períodos.

○ Além disso, o Lucro Líquido do **3T21** foi beneficiado em R\$ 18,9 milhões pelo reconhecimento dos créditos de IRPJ e CSLL sobre a inconstitucionalidade da tributação da correção Selic sobre indêbitos tributários. Apresentamos Lucro Líquido Recorrente, exclusivamente para os períodos de 9M21 e 3T21 para refletir esse efeito não recorrente.

## ENDIVIDAMENTO

Dívida Líquida (R\$ mil)	9M22	2021	Δ %	2020	Δ %
Empréstimos e Financiamentos	235.159	291.213	-19,2%	390.321	-39,8%
Curto Prazo	75.367	127.176	-40,7%	277.821	-72,9%
Longo Prazo	159.792	164.037	-2,6%	112.500	42,0%
Caixa e Equivalentes de Caixa	337.636	653.700	-48,3%	701.921	-51,9%
Caixa Líquido	102.477	362.487	-71,7%	311.600	-67,1%
EBITDA Ajustado LTM (últimos 12 meses)	358.665	301.390	19,0%	216.319	65,8%
Caixa Líquido Ajustado/Ebitda Ajustado	0,3x	1,2x	na	1,4x	na

○ Nos 9M22, o endividamento bruto da Companhia reduziu em 19,2%, quando comparado a dezembro de 2021, principalmente, pela amortização de R\$ 55,3 milhões, no 1T22. O caixa líquido período foi menor em 71,7%, em razão da maior alocação em capital de giro e maior volume de investimentos do período.



## INVESTIMENTOS - CAPEX

Investimentos (R\$ mil)	3T22	3T21	Δ % 22vs21	9M22	9M21	Δ % 22vs21
Capex Total	51.515	25.621	101,1%	106.447	58.210	82,9%
Novas Lojas	25.996	17.877	45,4%	48.963	38.702	26,5%
Reformas e Manutenção	4.881	2.046	138,6%	17.061	3.864	341,5%
Fábrica	1.722	2.103	-18,1%	6.757	6.845	-1,3%
Sistemas/TI	10.067	3.596	179,9%	20.101	8.799	128,5%
Outros	8.848	-	-	13.564	0	-
CAPEX/Receita Líquida (%)	13,1%	7,6%	5,5 p.p.	8,9%	6,3%	2,5 p.p.

○ No 3T22, os investimentos totalizaram R\$ 51,5 milhões, 100,1% maior que os investimentos do 3T21 principalmente (i) pela aceleração do plano de expansão orgânica da Vivara e Life; (ii) pelo investimento na estrutura da nova sede; (iii) pelo aumento das reformas para melhoria e modernização do parque de lojas, para adequação das operações aos novos *layouts* de loja; (iv) pela continuidade de investimentos em sistemas, como parte da estratégia de estruturação tecnológica para habilitar o crescimento futuro.

## GERAÇÃO DE CAIXA

Geração de Caixa (R\$ mil)	3T22	3T21	Δ % 22vs21	9M22	9M21	Δ % 22vs21
Lucro Líquido	68.127	86.258	-21,0%	203.101	171.362	18,5%
(+/-) IR/CSLL e Outros Ajustes	(2.647)	(21.178)	-87,5%	(8.292)	(16.217)	-48,9%
Lucro Líquido Ajustado	65.480	65.080	0,6%	194.809	155.144	25,6%
Capital de Giro	(89.648)	5.947	-1607,5%	(257.716)	39.017	-760,5%
Contas a Receber	44.919	21.225	111,6%	85.285	64.612	32,0%
Estoques	(128.690)	(85.167)	51,1%	(247.302)	(165.551)	49,4%
Fornecedores	20.147	77.959	-74,2%	30.115	149.041	-79,8%
Impostos a Recuperar	(14.997)	(11.174)	34,2%	(29.971)	23.066	-229,9%
Obrigações Tributárias	(5.785)	(4.744)	21,9%	(62.960)	(40.080)	57,1%
Outros ativos e passivos	(5.242)	7.847	-166,8%	(32.883)	7.930	-514,7%
Caixa das Atividades Operacionais Gerencial	(24.168)	71.027	-134,0%	(62.907)	194.161	-132,4%
Capex	(51.515)	(25.621)	101,1%	(106.447)	(58.210)	82,9%
Consumo de Caixa Livre <sup>(5)</sup>	(75.683)	45.405	-266,7%	(169.354)	135.951	-224,6%

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

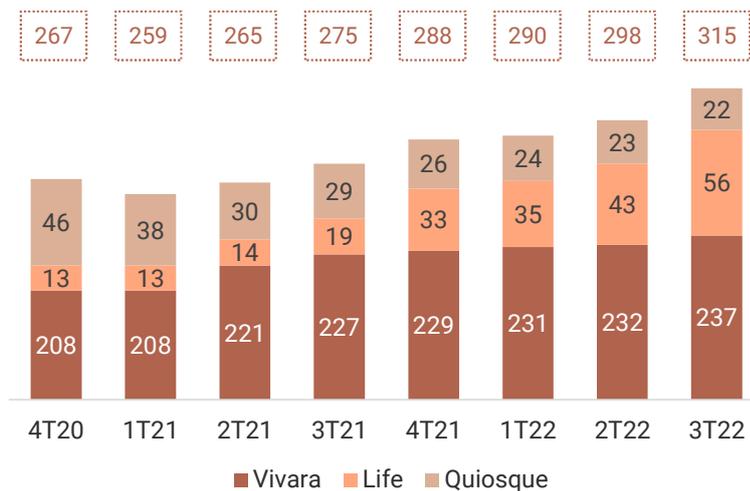
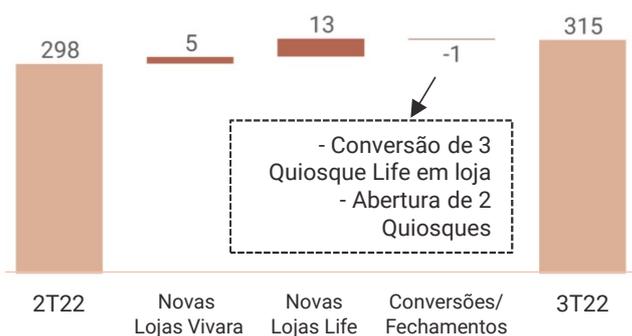
○ A Companhia consumiu R\$ 75,7 milhões de caixa livre no 3T22, principalmente (i) pela maior alocação em capital de giro, em razão do aumento da cobertura de estoque em loja, bem como a preparação para o trimestre com maior sazonalidade, garantindo o abastecimento de Black Friday e Natal; e (ii) aceleração dos investimentos na expansão orgânica da Companhia.

○ Importante ressaltar que, a geração de caixa do período foi impactada pelo efeito de R\$ 18,2 milhões por transações de risco sacado. No mesmo período do ano passado, a geração de caixa havia sido beneficiada em R\$ 34,8 milhões pelas transações de mesma natureza.

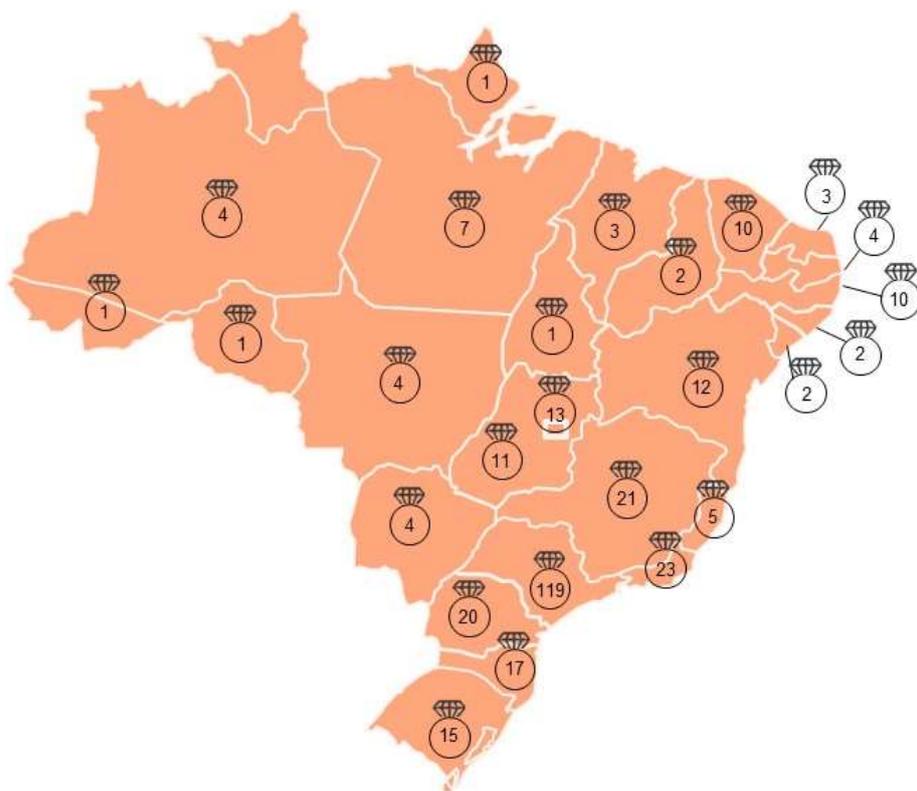
# EXPANSÃO

○ Batendo recorde histórico de aberturas, o plano de expansão do 3T22 incluiu a abertura de 5 novas lojas Vivara, 13 novas lojas Life e 2 novos quiosques.

## EXPANSÃO 3T22



## QUANTIDADE DE LOJA POR ESTADO

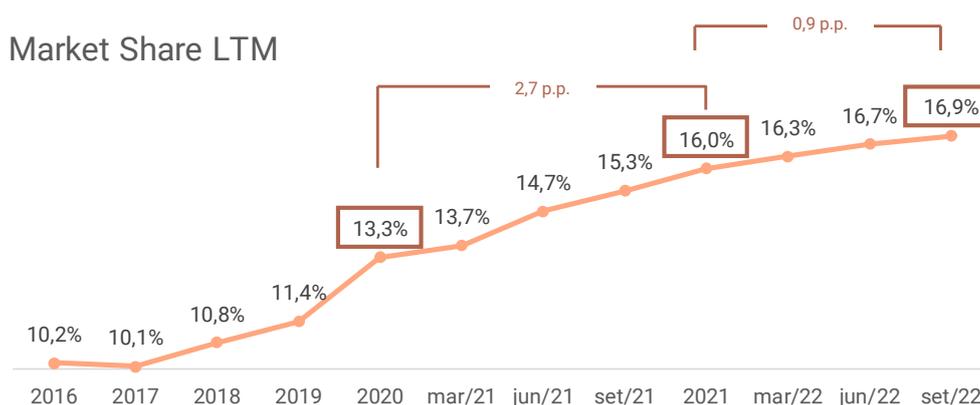


Novas Lojas por região	
Sudeste	65%
Sul	15%
Norte	0%
Nordeste	10%
Centro-oeste	10%

Distribuição por região	
Sudeste	54%
Sul	17%
Norte	5%
Nordeste	15%
Centro-oeste	10%

## PERSPECTIVAS

- 2022 – Seguimos **otimistas para o trimestre mais representativo do ano** para nossos resultados. As equipes estão com o foco 100% voltado para as campanhas de **Black Friday e Natal**, com estoques bem abastecidos, muitos lançamentos por vir, uma equipe de vendas treinada com excelência e as áreas de suporte preparadas para atender a frente de loja e garantir a melhor experiência na escolha do presente perfeito. O último trimestre do ano é, sazonalmente, o trimestre mais representativo para os nossos resultados. Em 2021, o 4T21 representou 38,1% da Receita Bruta (Liq. de Dev.) e 45,1% do EBITDA do ano. Para 2022, a expectativa é de que o 4T22 seja, tão relevante quanto foi no ano anterior, em razão da adição de novas lojas no segundo semestre do ano.
- Expansão – A expectativa para o último trimestre do ano é concretização do **maior plano de expansão anual da história** da Companhia. No 4T22 devemos ver um número ainda maior de aberturas, ainda com força maior em novas lojas Life, encerrando o ano com mais de 70 lojas da marca.
- Market Share - A Companhia segue com projetos estruturais em seu planejamento estratégico, confiante na manutenção e crescimento de sua posição de liderança no mercado. A Companhia ganhou **0,9 p.p. de market share** nos nove primeiros meses do ano, acumulando **1,6 p.p.** de expansão nos últimos doze meses, impulsionada não somente pelas aberturas de lojas físicas, mas principalmente, pela assertividade nos lançamentos de coleções e gestão eficiente de mix e preço de produtos.



\*Medição interna, considerando indicadores da Euromonitor e Flash Setorial para joalheiras e ótimas da Cielo.



Videoconferência de Resultados  
Sexta-feira, 11 de novembro de 2022

Português  
Com tradução simultânea em inglês  
11h (BR) | 09h (US ET)

# DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO

DRE (R\$ mil)	3T22	3T21	Δ % 22vs21	9M22	9M21	Δ % 22vs21
<b>Receita Bruta de Vendas de Mercadorias</b>	<b>585.182</b>	<b>496.304</b>	<b>17,9%</b>	<b>1.794.550</b>	<b>1.375.892</b>	<b>30,4%</b>
<b>Receita Bruta de Serviços</b>	<b>2.114</b>	<b>1.806</b>	<b>17,1%</b>	<b>6.286</b>	<b>5.142</b>	<b>22,2%</b>
Deduções da Receita Bruta	(88.500)	(73.388)	20,6%	(279.828)	(223.800)	25,0%
Trocas e devoluções	(105.920)	(87.507)	21,0%	(321.318)	(240.295)	33,7%
<b>Receita Líquida</b>	<b>392.876</b>	<b>337.215</b>	<b>16,5%</b>	<b>1.199.690</b>	<b>916.940</b>	<b>30,8%</b>
(-) Custos dos Produtos Vendidos e serviços prestados	(122.495)	(107.976)	13,4%	(381.584)	(297.285)	28,4%
(-) Depreciações e Amortizações	(1.559)	(812)	91,9%	(4.024)	(2.324)	73,1%
<b>(=) Lucro Bruto</b>	<b>268.822</b>	<b>228.427</b>	<b>17,7%</b>	<b>814.081</b>	<b>617.331</b>	<b>31,9%</b>
<b>(-) Despesas Operacionais</b>	<b>(205.674)</b>	<b>(162.342)</b>	<b>26,7%</b>	<b>(617.947)</b>	<b>(454.942)</b>	<b>35,8%</b>
<b>Vendas</b>	<b>(130.214)</b>	<b>(104.366)</b>	<b>24,8%</b>	<b>(394.476)</b>	<b>(297.963)</b>	<b>32,4%</b>
Pessoal	(63.559)	(48.925)	29,9%	(190.892)	(143.705)	32,8%
Aluguéis e condomínios	(14.651)	(11.973)	22,4%	(42.980)	(35.438)	21,3%
Descontos sobre arrendamentos	1.043	-	na	2.469	5.422	-54,5%
Frete	(8.213)	(5.957)	37,9%	(21.299)	(17.530)	21,5%
Comissão sobre Cartões	(9.423)	(7.263)	29,7%	(28.671)	(20.281)	41,4%
Serviços de Terceiros	(4.880)	(2.310)	111,3%	(12.152)	(6.327)	92,1%
Despesas com Marketing	(20.371)	(17.742)	14,8%	(62.334)	(47.215)	32,0%
Outras despesas com vendas	(10.160)	(10.197)	-0,4%	(38.617)	(32.890)	17,4%
<b>Gerais e Administrativas</b>	<b>(45.890)</b>	<b>(40.290)</b>	<b>13,9%</b>	<b>(137.712)</b>	<b>(105.699)</b>	<b>30,3%</b>
Pessoal	(23.047)	(20.149)	14,4%	(68.634)	(54.333)	26,3%
Aluguéis e condomínios	(296)	(195)	51,9%	(921)	(1.256)	-26,6%
Serviços de Terceiros	(12.407)	(13.590)	-8,7%	(45.800)	(34.510)	32,7%
Outras Despesas Gerais e Administrativas	(10.139)	(6.356)	59,5%	(22.357)	(15.600)	43,3%
Depreciações e Amortizações	(29.814)	(16.778)	77,7%	(79.468)	(48.701)	63,2%
Resultado de Equivalência Patrimonial	-	-	na	-	-	na
Outros Despesas (Receitas) Operacionais	244	(908)	na	(6.292)	(2.580)	143,9%
<b>(=) Lucro (Prejuízo) Antes das Financeiras</b>	<b>63.147</b>	<b>66.084</b>	<b>-4,4%</b>	<b>196.134</b>	<b>162.389</b>	<b>20,8%</b>
<b>(=) Resultado Financeiro</b>	<b>(12.812)</b>	<b>(5.154)</b>	<b>148,6%</b>	<b>(33.057)</b>	<b>(19.658)</b>	<b>68,2%</b>
Receitas Financeiras Líquidas	10.533	11.053	-4,7%	34.677	24.477	41,7%
Despesas Financeiras Líquidas	(23.344)	(16.207)	44,0%	(67.735)	(44.135)	53,5%
<b>(=) Lucro Operacional</b>	<b>50.336</b>	<b>60.930</b>	<b>-17,4%</b>	<b>163.077</b>	<b>142.730</b>	<b>14,3%</b>
Imposto de Renda e Contribuição Social	17.792	25.328	-29,8%	40.024	28.631	39,8%
<b>(=) Lucro Líquido</b>	<b>68.127</b>	<b>86.258</b>	<b>-21,0%</b>	<b>203.101</b>	<b>171.362</b>	<b>18,5%</b>

# BALANÇO PATRIMONIAL

	9M22	2021
<b>CIRCULANTE</b>		
Caixa e equivalentes de caixa	101.668	325.588
Títulos e valores mobiliários	107.623	141.707
Contas a receber	446.812	531.777
Estoques	774.751	527.139
Impostos a recuperar	54.311	47.627
Despesas pagas antecipadamente e outros créditos	14.289	8.223
Instrumentos derivativos ativo	-	1.159
<b>Total do ativo circulante</b>	<b>1.499.455</b>	<b>1.583.220</b>
<b>NÃO CIRCULANTE</b>		
Títulos e valores mobiliários LP	128.345	186.405
Depósitos judiciais	24.444	15.016
Imposto de renda e contribuição social diferidos	195.068	112.318
Instrumentos derivativos ativo	-	-
Impostos a recuperar	179.713	156.048
Imobilizado	615.824	480.988
Intangível	36.927	29.874
<b>Total do ativo não circulante</b>	<b>1.180.321</b>	<b>980.649</b>
<b>ATIVO TOTAL</b>	<b>2.679.776</b>	<b>2.563.869</b>
<b>CIRCULANTE</b>		
Fornecedores	110.224	88.207
Fornecedores Convenio	77.447	69.349
Empréstimos e financiamentos	75.367	127.176
Obrigações trabalhistas e previdenciárias	80.695	78.046
Obrigações tributárias	63.333	113.491
Parcelamento de tributos	263	267
Arrendamentos a pagar	14.202	17.141
Instrumentos derivativos passivo	660	-
Arrendamentos direito de uso a pagar	64.584	59.920
Juros sobre capital próprio a pagar	2	58.183
Dividendos a pagar	1	12.709
Outras obrigações	42.644	49.807
<b>Total do passivo circulante</b>	<b>529.422</b>	<b>674.296</b>
<b>NÃO CIRCULANTE</b>		
Obrigações trabalhistas e previdenciárias	-	1.266
Instrumentos derivativos passivo LP	208	-
Empréstimos e financiamentos	159.792	164.037
Parcelamento de tributos	467	633
Provisão para riscos cíveis, trabalhistas e tributários	18.822	17.054
Arrendamentos direito de uso a pagar	383.750	310.148
Outras obrigações	2.946	3.703
<b>Total do passivo não circulante</b>	<b>565.985</b>	<b>496.842</b>
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>		
Capital social	1.105.381	1.105.381
Reservas de lucros	339.918	339.918
Lucros acumulados	203.101	0
Ações em tesouraria	(14.694)	-
Opções Outorgadas	3.705	473
Reservas de Capital	(53.041)	(53.041)
<b>Total do patrimônio líquido</b>	<b>1.584.370</b>	<b>1.392.731</b>
<b>TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>2.679.776</b>	<b>2.563.869</b>

# FLUXO DE CAIXA

Fluxo de Caixa (R\$ mil)	3T22	3T21	Δ % 22vs21	9M22	9M21	Δ % 22vs21
<b>Lucro Líquido</b>	<b>68.127</b>	<b>86.258</b>	<b>-21,0%</b>	<b>203.101</b>	<b>171.362</b>	<b>18,5%</b>
Ajustes do Lucro Líquido	33.169	9.947	233,5%	106.692	61.008	74,9%
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>101.296</b>	<b>96.205</b>	<b>5,3%</b>	<b>309.793</b>	<b>232.369</b>	<b>33,3%</b>
Variação nos ativos e passivos operacionais:						
Contas a receber	44.919	21.225	111,6%	85.285	64.612	32,0%
Estoques	(128.690)	(85.167)	-51,1%	(247.302)	(165.551)	-49,4%
Fornecedores	20.147	77.959	-74,2%	30.115	149.041	-79,8%
Impostos a Recuperar	(14.997)	(11.174)	-34,2%	(29.971)	23.066	-229,9%
Obrigações Tributárias	(5.785)	(4.744)	-21,9%	(62.960)	(40.080)	-57,1%
Outros ativos e passivos	(5.242)	7.846	-166,8%	(32.883)	7.930	-514,7%
<b>Caixa das atividades operacionais</b>	<b>11.648</b>	<b>102.150</b>	<b>-88,6%</b>	<b>52.077</b>	<b>271.386</b>	<b>-80,8%</b>
Imposto de Renda e Contribuição Social	(10.792)	(12.582)	14,2%	(29.923)	(22.415)	-33,5%
Juros pagos de empréstimos e financiamentos	(3.452)	(1.855)	-86,1%	(17.817)	(9.589)	-85,8%
Juros pagos de arrendamentos de direito de uso	(10.235)	(7.743)	-32,2%	(29.932)	(24.771)	-20,8%
<b>Caixa líquido das atividades operacionais</b>	<b>(12.831)</b>	<b>79.970</b>	<b>-116,0%</b>	<b>(25.595)</b>	<b>214.611</b>	<b>-111,9%</b>
Imobilizado	(36.251)	(22.941)	-58,0%	(80.767)	(51.577)	-56,6%
Intangível	(15.264)	(2.681)	-469,3%	(25.680)	(6.633)	-287,1%
Outros	20.197	(16.691)	221,0%	92.144	(101.787)	190,5%
<b>Caixa das atividades de Investimentos</b>	<b>(31.318)</b>	<b>(42.313)</b>	<b>26,0%</b>	<b>(14.303)</b>	<b>(159.997)</b>	<b>91,1%</b>
Dividendos e JCP	-	(2)	100,0%	(70.889)	(34.833)	-103,5%
Empréstimos e financiamentos	(3.825)	(2.500)	-53,0%	(61.127)	(108.319)	43,6%
Arrendamento do Direito de Uso	(11.337)	(8.943)	-26,8%	(37.312)	(20.450)	-82,5%
Outros	(3.963)	(251)	-1478,9%	(14.694)	18.797	-178,2%
<b>Caixa das atividades de financiamento</b>	<b>(19.125)</b>	<b>(11.696)</b>	<b>-63,5%</b>	<b>(184.022)</b>	<b>(144.805)</b>	<b>-27,1%</b>
<b>AUMENTO (REDUÇÃO) DE CAIXA E EQUIVALENTE DE CAIXA</b>	<b>(63.274)</b>	<b>25.961</b>	<b>-343,7%</b>	<b>(223.920)</b>	<b>(90.191)</b>	<b>-148,3%</b>
Saldo Inicial de caixa e equivalente de caixa	164.942	361.168	-54,3%	325.588	477.319	-31,8%
Saldo final de caixa e equivalente de caixa	101.668	387.129	-73,7%	101.668	387.128	-73,7%

## 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 e de Relações com Investidores

Melina Rodrigues – Gerente Executiva de RI

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