

VIVARA

3T23 • DIVULGAÇÃO DE

RESULTADOS

COMENTÁRIOS DE DESEMPENHO
para assistir aos comentários da
administração
[clique aqui](#)

SESSÃO DE Q&A
09/novembro
10h (BR) 08h (US ET)
[clique aqui](#)



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

A Vivara atingiu FATURAMENTO de R\$ 581,2 milhões, crescimento de 20,7%, com aumento de 14,8% da categoria de Joias e relevante avanço da categoria Life, que expandiu 37,3% na comparação com o mesmo trimestre do ano anterior, representando 32,8% das vendas totais.

No período, a Companhia registrou EBITDA AJUSTADO de R\$88,6 milhões e MARGEM EBITDA AJUSTADA de 19,4%, expansão de 1,1 p.p. vs 3T22.

3T23 | DESTAQUES

R\$ 581,2 MM Receita Bruta

(líq. de dev.) | +20,7% vs 3T22

+62,6% Vendas Digitais

vs 3T22

R\$ 190,7 MM Receita da categoria

Life | +37,3% vs 3T22 e 32,8% de share na venda total no 3T23

+14,8% de crescimento de vendas da categoria Joias

+76,6% vendas das iniciativas de omnicanalidade

+12,3% Vendas em mesmas lojas (SSS)

+18 Novas Lojas no 3T23

Totalizando 254 lojas Vivara e 98 lojas Life

R\$ 88,6 MM EBITDA Ajustado

+23,6% vs 3T22 e 19,4% de Margem EBITDA Ajustada, +1,1 p.p. vs 3T22

R\$ 76,5 MM Lucro Líquido

+12,3% vs 3T22



Life
VIVARA



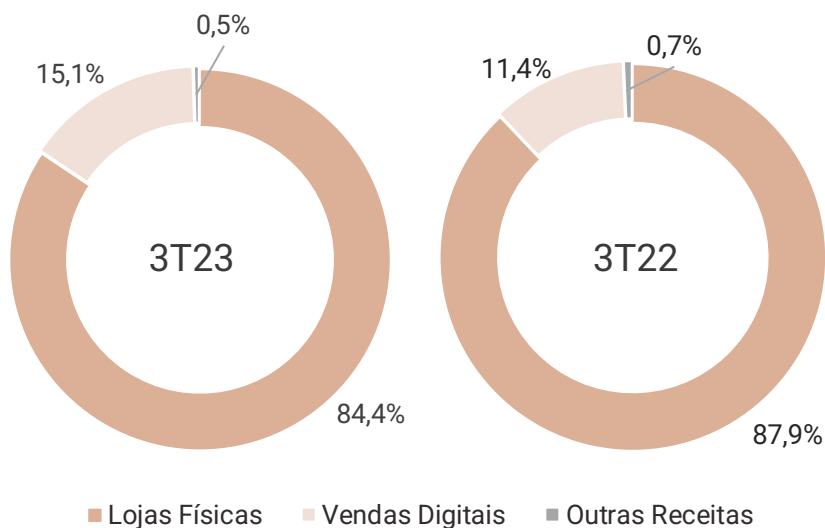
3T23 | RECEITA BRUTA (Líqu. Dev.)

A Receita Bruta, líquida de devoluções, do 3T23 atingiu R\$ 581,2 milhões, crescimento de 20,7% na comparação com o 3T22. O desempenho é explicado (i) pelo aumento de 18,3% de área de vendas nos últimos 12 meses e (ii) pelo crescimento de 12,3% nas vendas mesmas lojas (SSS), incluindo as vendas digitais. A Receita Líquida do período foi de R\$ 457,3 milhões, com expansão de 16,4% em relação ao 3T22.

É importante destacar que o aumento de 40,0% na conta de Deduções de Receita deveu-se, principalmente, à reclassificação de dois tributos, que até março de 2023 estavam registrados na conta de “Impostos e Taxas”, nas Despesas de Vendas, conforme detalhado a seguir: (i) R\$ 3,6 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, e (ii) R\$ 4,6 milhões de diferença de Alíquota de ICMS (DIFAL). A reclassificação foi feita a partir do 2T23, sem alteração na classificação do número reportado para os períodos anteriores.

Além do efeito da reclassificação, o crédito presumido gerado pela indústria impactou a comparabilidade do nível de deduções. Tradicionalmente, o terceiro trimestre concentra o maior volume de venda de produtos da indústria para o varejo, em razão do abastecimento das lojas para a sazonalidade. Nesse ano, no entanto, em virtude da mudança da fábrica, a transferência de estoques foi distribuída ao longo dos meses anteriores. No 3T23, o crédito presumido foi de 7,8% da Receita Bruta (Líqu. de Devoluções), e no 3T22 representou 10,5%. O crédito presumido é um redutor da despesa com ICMS.

Receita por canal (R\$ mil)	3T23	3T22	Δ% 23vs22	SSS	9M23	9M22	Δ% 23vs22	SSS
Receita Bruta (Líqu. de devoluções)	581.241	481.376	20,7%	12,3%	1.770.835	1.479.519	19,7%	14,2%
Lojas Físicas	490.512	423.833	15,7%	6,1%	1.496.583	1.295.711	15,5%	8,8%
Lojas Vivara	399.135	374.791	6,5%	2,8%	1.223.817	1.162.405	5,3%	2,9%
Lojas Life	83.240	41.302	101,5%	38,1%	247.829	108.198	129,1%	70,4%
Quiosques	8.137	7.740	5,1%	11,4%	24.937	25.108	-0,7%	12,4%
Vendas Digitais	88.040	54.149	62,6%	100,6%	263.106	173.873	51,3%	76,5%
Outros	2.689	3.393	-20,8%	na	11.147	9.934	12,2%	na
Deduções	(123.930)	(88.500)	40,0%	na	(361.988)	(279.828)	29,4%	na
Receita Líquida	457.311	392.876	16,4%	na	1.408.847	1.199.691	17,4%	na
SSS (lojas físicas)	6,1%	14,3%	na	na	8,8%	31,4%	na	na
SSS (lojas físicas + digital)	12,3%	10,4%	na	na	14,2%	21,4%	na	na

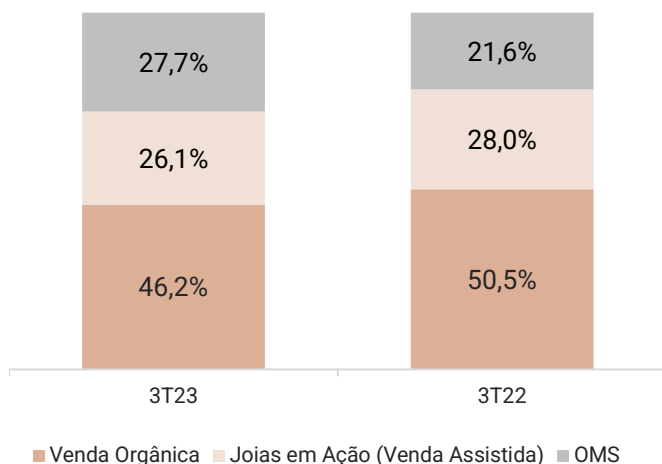


Neste trimestre, mais uma vez, o crescimento de vendas foi impulsionado pelo volume de peças vendidas, que cresceu 12,5% quando comparado ao 3T22. O crescimento de 7,3% no preço médio da Companhia reflete a assertividade da estratégia de produto e a aderência à política de precificação.

As Vendas Digitais cresceram 62,6% no trimestre, representando 15,1% das vendas totais, 3,8 p.p. superior à penetração registrada no mesmo trimestre do ano anterior. O bom desempenho do canal digital reflete as melhorias capturadas com a migração da plataforma e-commerce, no segundo semestre de 2022, e as iniciativas de omnicanalidade que, através das vendas OMS, expandiram 109,1% na comparação dos períodos.

Vendas DIGITAIS

As vendas digitais atingiram R\$ 88,0 milhões, 62,6% maiores que no 3T22, representando 15,1% de participação nas vendas totais. Esse resultado reflete, principalmente, (i) a melhoria de indicadores operacionais da nova plataforma, implantada no 2S22 e (ii) o aumento da representatividade das vendas das iniciativas de omnicanalidade, com as vendas OMS chegando a 27,7% das vendas digitais e o programa de venda assistida, “Jóias em Ação”, que representou 26,1% do total das vendas digitais do período.

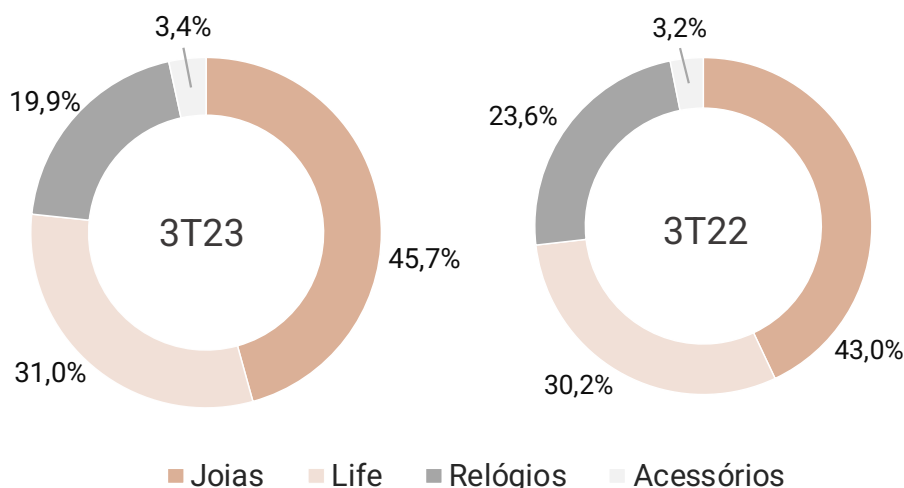


As vendas OMS, que são vendas capturadas pelo e-commerce e faturadas pelas lojas, representaram 27,7% das vendas digitais no último trimestre, um aumento de 6,1 p.p. na comparação com o 3T22. Isso reflete a consolidação dos investimentos da Companhia para habilitar as lojas como hubs, garantindo mais conveniência aos clientes e ampliando as oportunidades de *upsell* na integração das jornadas.

No 3T23, a receita gerada pelo programa de venda assistida, “Jóias em Ação”, registrou um crescimento significativo de 51,5% em comparação com o mesmo período do ano anterior, representando 26,1% das vendas digitais totais. Essa modalidade continua contribuindo positivamente para o desempenho da categoria de Jóias, que representa 66,8% da receita total dessa modalidade, seguida pela categoria Life, com 22,1%.

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 76,6% na comparação do período.

No 3T23, Jóias foi a categoria de maior destaque nas vendas digitais, com expansão de 2,7 p.p. de participação nas vendas. Esse crescimento reflete o aumento da participação do “Jóias em Ação”. A categoria Life expandiu 0,8 p.p. no canal, 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.



3T23 | RECEITA BRUTA POR CANAL (Líqu. Dev.) (Cont.)

Lojas Físicas

No 3T23, a Companhia atingiu R\$ 490,5 milhões de faturamento em lojas físicas, com expansão de 15,7% na comparação com o mesmo período do ano anterior. Na visão de Vendas Mesmas Lojas (SSS), considerando apenas lojas físicas, o crescimento foi de 6,1%, com destaque para a performance das lojas exclusivas da marca Life.

Abertura por negócio (R\$ mil)		3T23	3T22	Δ% 23vs22	9M23	9M22	Δ% 23vs22
Vivara	Número de lojas	254	237	17	254	237	17
	Aberturas líquidas	2	5	-3	11	3	8
	Área de vendas (m ²)	23.410	21.771	7,5%	23.410	21.771	7,5%
	Receita bruta (líq. dev.)	399.135	374.791	6,5%	1.223.817	1.162.405	5,3%
	Venda/m ² (R\$)	17.050	17.215	-1,0%	52.277	53.393	-2,1%
Life	Número de lojas	98	56	42	98	56	42
	Aberturas líquidas	14	13	1	26	10	16
	Área de vendas (m ²)	7.208	4.070	77,1%	7.208	4.070	77,1%
	Receita bruta (líq. dev.)	83.240	41.302	101,5%	247.829	108.198	129,1%
	Venda/m ² (R\$)	11.549	10.148	13,8%	34.384	26.584	29,3%
Quiosque	Número de quiosques	20	22	-2	20	22	-2
	Aberturas líquidas	-1	2	-3	-1	-3	2
	Área de vendas (m ²)	131	143	-8,4%	131	143	-8,4%
	Receita bruta (líq. dev.)	8.137	7.740	5,1%	24.937	25.108	-0,7%
	Venda/m ² (R\$)	62.114	54.126	14,8%	190.358	175.581	8,4%
Total	Número de pontos de vendas	372	315	57	372	315	57
	Aberturas líquidas	15	20	-5	36	10	26
	Área de vendas (m ²)	30.749	25.984	18,3%	30.749	25.984	18,3%
	Receita bruta (líq. dev.)	490.512	423.833	15,7%	1.496.583	1.295.711	15,5%
	Venda/m ² (R\$)	15.952	16.311	-2,2%	48.671	49.866	-2,4%

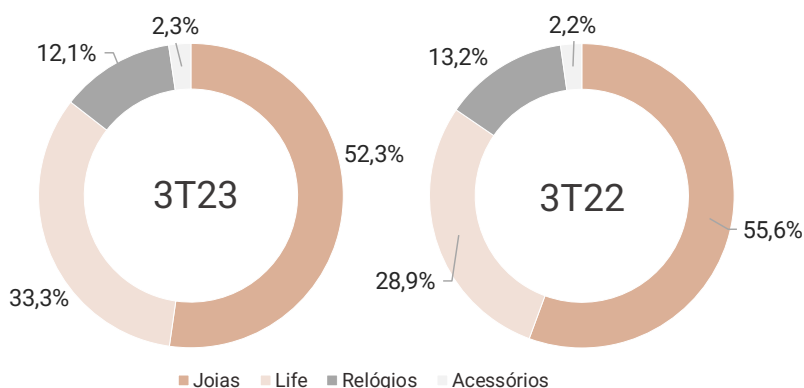
A retração de receita por m² consolidada reflete (i) 63 novas lojas Vivara inauguradas após 2020, que têm produtividade menor que as lojas do legado; (ii) 42 novas lojas Life inauguradas nos últimos 12 meses (42,9% do total de lojas desse formato); e (iii) redução do parque de quiosques, pela conversão em lojas.

Com 254 lojas ao final do período, as lojas Vivara apresentaram Receita Bruta (líq. de devoluções) de R\$ 399,1 milhões no 3T23, representando 81,4% da receita de lojas físicas. O aumento de 7,5% da área de vendas reflete a adição de 17 lojas Vivara nos últimos 12 meses.

As lojas exclusivas da marca Life apresentaram Receita Bruta (líq. de devoluções) de R\$ 83,2 milhões, crescendo 101,5% quando comparada ao 3T22. Esse desempenho reflete, principalmente, a forte estratégia de expansão de lojas, com um crescimento de 77,1% da área de vendas nos últimos 12 meses.

Venda por categoria – Lojas Físicas

Quanto à venda por categoria em Lojas Físicas, a marca Life ganhou 4,4 p.p. de participação nas vendas, enquanto a categoria de Joias registrou retração de 3,3 p.p. e Relógios 1,1 p.p., como reflexo direto da aceleração da expansão de lojas Life nos últimos 12 meses e aumento de penetração das vendas digitais na comparação dos períodos.



3T23 | RECEITA BRUTA POR CANAL (Líqu. Dev.) (Cont.)

Lojas VIVARA



Com 254 pontos de venda ao final do período, as lojas Vivara apresentaram Receita Bruta (líq. de devoluções) de R\$ 399,1 milhões no 3T23, representando um crescimento de 6,5% comparado ao 3T22 e com um *Same Store Sales* (SSS) de 2,8%. 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 foi 9,1%, com SSS de 5,2%.

A categoria de Joias registrou um crescimento consolidado de 14,8% no período. A categoria Life cresceu 0,9% no período, impactada pela abertura de novas lojas exclusivas da Life, nos shoppings onde a companhia opera os dois canais.

O nível de canibalização gerado pela adição de novas lojas exclusivas da marca Life segue em níveis saudáveis. No 3T23, a venda de produtos Life dentro das 93 lojas da Vivara em shoppings onde a companhia tem as duas operações retraiu 3,0 p.p. na comparação com o 3T22.

Na visão acumulada do 9M23, 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 1,1% no 3T23, quando comparado ao 3T22.

Lojas LIFE

Com o forte aumento da expansão de lojas exclusivas da marca Life nos últimos anos, a participação da Life na receita do canal físico cresceu significativamente, representando agora 17,0%, 7,3 p.p. maior que no 3T22. A expansão de receita é explicada pela (i) abertura de 42 novos pontos de venda exclusivos da marca Life nos últimos 12 meses, (ii) pelo crescimento de 38,1% 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, e (iv) pela correta estratégia de comunicação e marketing.

No encerramento do trimestre, a receita das 18 lojas maduras da marca cresceu 34,3% na comparação com o mesmo período do ano anterior. Essas lojas maduras alcançaram uma média de R\$ 6,2 milhões de faturamento, considerando os últimos 12 meses, encerrados em setembro (LTM).

Além disso, ao analisar as 15 lojas Life inauguradas ao longo de 2021, que ainda não atingiram a maturação, a receita média LTM foi de R\$ 5,4 milhões.

No 3T23, as lojas Life desempenharam um papel de destaque nas vendas da categoria, representando 43,6% do total, um aumento significativo de 14,0 p.p. em relação ao mesmo trimestre do ano anterior.



3T23 | RECEITA BRUTA POR CANAL (Líqu. Dev.) (Cont.)

PHYGITAL E A ESTRATÉGIA DE OMNISCANALIDADE

Para ilustrar como a estratégia de omniscanalidade muda a dinâmica de receita por canal, abaixo seguem as definições e premissas de alocações de receita:

COMPOSIÇÃO DAS VENDAS DIGITAIS

“Joias em Ação” – são as vendas assistidas, conduzidas pelas vendedoras, de forma remota, faturadas e despachadas pelo e-commerce;

Orgânica – são vendas orgânicas que não contam com a assistência da vendedora e são faturadas e despachadas pelo e-commerce;

Vendas OMS – são vendas capturadas pela plataforma de e-commerce e faturadas e/ou despachadas pela loja, levando em consideração a melhor gestão de estoque. As vendas OMS podem ser assistidas ou não.

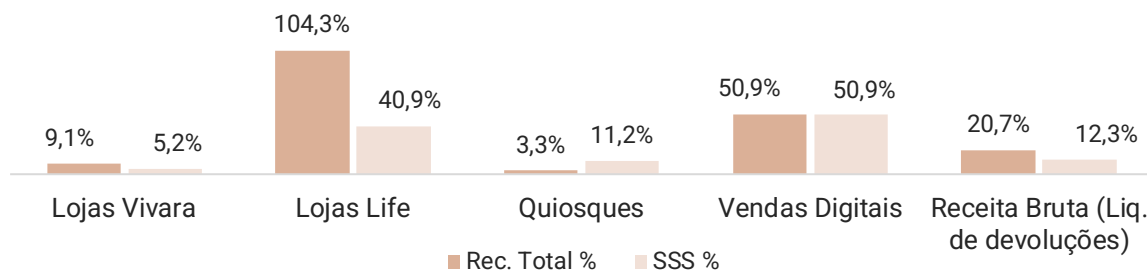
A Companhia entende que a segregação e as premissas de alocação adotadas refletem adequadamente a natureza de cada venda, no entanto, entende a importância de compartilhar o conforto da visão interna de que a omniscanalidade muda a dinâmica entre os canais, sem alterar a rentabilidade individual de cada um.

As vendas através das iniciativas de omniscanalidade, que correspondem à somatória das vendas do “Joias e Ação” e OMS aumentaram 76,6% no 3T23, em comparação com o 3T22.



VISÃO PHYGITAL

Na análise integrada de canais e para fins de composição de metas e remuneração das vendedoras, a Companhia aloca, gerencialmente, as vendas assistidas, seja do “Joias em Ação” ou da Venda OMS, para a loja física de cada vendedora, construindo uma visão phygital de receita.



A estratégia de omniscanalidade tem se consolidado cada vez mais no modelo de negócios da Vivara e a força de vendas captura os benefícios dos investimentos feitos, para oferecer mais conveniência aos clientes.

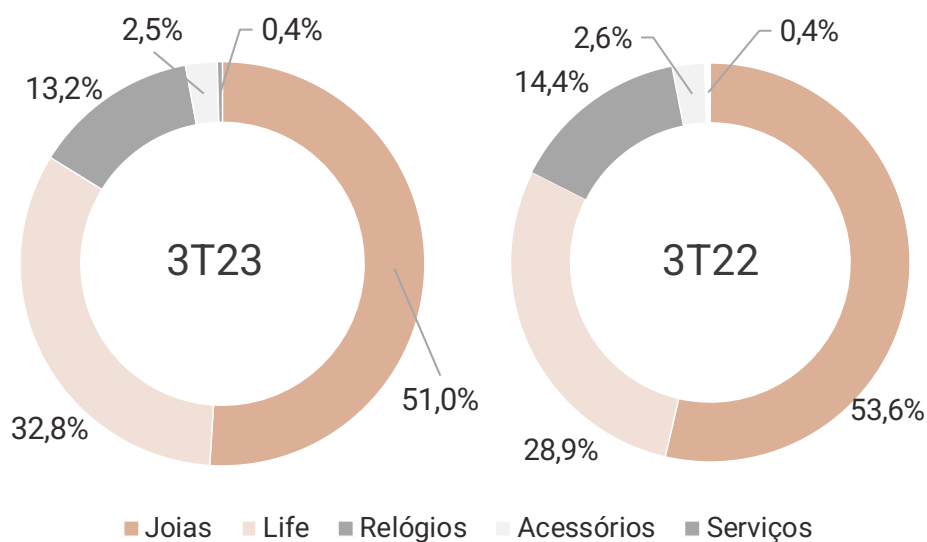
3T23 | RECEITA BRUTA POR CATEGORIA (Líqu. Dev.)

Com relação ao mix de vendas, o destaque do trimestre foi a marca Life, que atingiu R\$ 190,7 milhões de faturamento, e cresce 37,3% em relação ao 3T22, com expansão de 3,8 p.p. de participação na venda total. Esse desempenho da categoria é explicado, principalmente, pela adição de 42 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.

No 3T23, a marca Vivara, que concentra a categoria de Joias, apresentou uma aceleração de crescimento comparado ao trimestres imediatamente anteriores. O crescimento de 14,8%, em relação ao 3T22, foi impulsionado pelas linhas de alianças e solitários e pelo aumento de participação do programa “Joias em Ação”.

Na marca Vivara, o 3T23 foi enriquecido com várias novidades de produtos e campanhas: em agosto, a marca lançou a coleção Vivara You, um mix de produtos mais casuais, versáteis e modernos que se propõe a participar de mais momentos de compra do cliente. Em setembro, a marca inovou com uma campanha de noivados estrelada pela atriz Isis Valverde, impulsionando a linha de solitários e alianças.



Receita por Categoria (R\$ mil)	3T23	3T22	Δ% 23vs22	9M23	9M22	Δ% 23vs22
Receita Bruta (Líqu. de devoluções)	581.241	481.376	20,7%	1.770.835	1.479.518	19,7%
Joias	296.452	258.144	14,8%	903.046	808.706	11,7%
Life	190.725	138.882	37,3%	603.386	436.833	38,1%
Relógios	76.982	69.528	10,7%	214.312	194.176	10,4%
Acessórios	14.798	12.708	16,4%	42.873	33.517	27,9%
Serviços	2.283	2.114	8,0%	7.218	6.286	14,8%
Deduções da Receita	(123.930)	(88.500)	40,0%	(361.988)	(279.828)	29,4%
Receita Líquida	457.311	392.876	16,4%	1.408.847	1.199.690	17,4%

VIVARA



3T23 | LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA

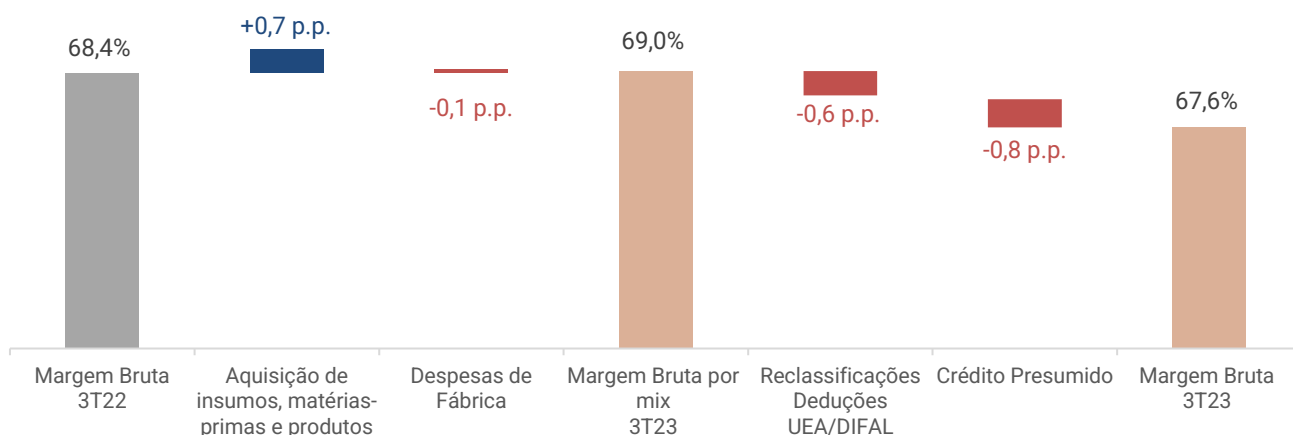
Lucro Bruto (R\$ mil) e Margem Bruta (%)	3T23	3T22	Δ% 23vs22	9M23	9M22	Δ% 23vs22
Receita Líquida	457.311	392.876	16,4%	1.408.847	1.199.690	17,4%
Custo Total	(148.269)	(124.054)	19,5%	(437.122)	(385.609)	13,4%
Aquisição de insumos, matérias-primas e produtos	(128.956)	(107.851)	19,6%	(379.718)	(337.722)	12,4%
% Receita Líquida	-28,2%	-27,5%	(0,7 p.p.)	-27,0%	-28,2%	1,2 p.p.
Despesas Fábrica	(19.313)	(16.203)	19,2%	(57.404)	(47.886)	19,9%
% Receita Líquida	-4,2%	-4,1%	(0,1 p.p.)	-4,1%	-4,0%	(0,1 p.p.)
Pessoal	(15.631)	(12.806)	22,1%	(46.207)	(38.434)	20,2%
% Receita Líquida	-3,4%	-3,3%	(0,2 p.p.)	-3,3%	-3,2%	(0,1 p.p.)
Despesas gerais da fábrica	(1.895)	(1.837)	3,2%	(6.075)	(5.428)	11,9%
% Receita Líquida	-0,4%	-0,5%	0,1 p.p.	-0,4%	-0,5%	0,0 p.p.
Depreciação	(1.786)	(1.559)	14,5%	(5.122)	(4.024)	27,3%
% Receita Líquida	-0,4%	-0,4%	0,0 p.p.	-0,4%	-0,3%	(0,0 p.p.)
Lucro Bruto	309.042	268.822	15,0%	971.725	814.081	19,4%
Margem Bruta %	67,6%	68,4%	(0,8 p.p.)	69,0%	67,9%	1,1 p.p.

O Lucro Bruto do 3T23 totalizou R\$ 309,0 milhões, crescimento de 15,0% na comparação com o mesmo período de 2022, atingindo Margem Bruta de 67,6%.

A rentabilidade bruta da Companhia segue capturando os efeitos do ganho de participação da marca Life nas vendas. No entanto, na marca Vivara, com a categoria de Joias, observou-se um efeito mix, que gerou perda na margem da categoria, principalmente, pela maior participação de alianças e itens comerciais, que tem margens marginalmente inferiores às coleções. O efeito de mix de joias neutralizou, em parte, o ganho de participação da Life.

É importante lembrar ainda que 2023 tem sido um ano de ajustes na operação, pela mudança da fábrica e maior nível de importação. Desta forma, o ganho de 0,7 p.p. na Margem Bruta, vindo da diluição dos Custos de Mercadoria Vendida foi impactado ainda pelos fatores detalhados a seguir: (i) reclassificação de R\$ 8,2 milhões de despesas com impostos, antes registrados na rubrica de "Impostos e Taxas", nas Despesas de Vendas, e que, desde o 2T23, passaram a compor o total de deduções da receita, detraindo em 0,6 p.p. a margem do período; e (ii) o menor volume de crédito presumido, que tradicionalmente é concentrado no terceiro trimestre e, nesse ano, de forma extraordinária, foi distribuído ao longo dos meses anteriores como medida para mitigar qualquer risco de ruptura no abastecimento de lojas para a sazonalidade, durante o período de mudança da fábrica.

Composição da Margem Bruta



De forma estrutural, cabe destacar que a Companhia segue apresentando margens saudáveis em todas as categorias e capturando os benefícios trazidos pelo mix de vendas. Desta forma, a eficiência na composição de estoques, aliada à estratégia de precificação adequada, foram importantes para reduzir o impacto trazido pelo período de transição da unidade produtiva, demonstrando, mais uma vez, a capacidade da Companhia de otimizar portfólio e gerir custos.

3T23 | DESPESAS OPERACIONAIS

Despesas Operacionais	3T23	3T22	Δ% 23vs22	9M23	9M22	Δ% 23vs22
Despesas Operacionais (SG&A)	(208.196)	(176.104)	18,2%	(635.042)	(532.187)	19,3%
% Receita Líquida	-45,5%	-44,8%	(0,7 p.p.)	-45,1%	-44,4%	(0,7 p.p.)
Despesas com Vendas	(162.238)	(130.214)	24,6%	(482.772)	(394.476)	22,4%
% Receita Líquida	-35,5%	-33,1%	(2,3 p.p.)	-34,3%	-32,9%	(1,4 p.p.)
Despesas Gerais e Administrativas	(45.958)	(45.890)	0,1%	(152.270)	(137.712)	10,6%
% Receita Líquida	-10,0%	-11,7%	1,6 p.p.	-10,8%	-11,5%	0,7 p.p.
Outras Despesas (Receitas) Operacionais	18.464	244	7464,3%	17.830	(6.292)	383,4%
Total de Despesas	(189.731)	(175.860)	7,9%	(617.212)	(538.479)	-14,6%

As Despesas Operacionais (SG&A) do trimestre atingiram R\$ 208,2 milhões, o equivalente a 45,5% da Receita, retração de 0,7 p.p. quando comparado ao mesmo trimestre do ano anterior.

As Despesas com Vendas aumentaram 24,6%, com pressão de 2,3 p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior, principalmente, (i) pelo aumento das Despesas de Pessoal, em razão da aceleração da expansão orgânica; (ii) pelas Despesas com Serviços de Terceiros, pelos gastos relacionados à manutenção de lojas e; (iii) pelo aumento das Despesas com Marketing.

Além dos impactos relacionados ao aumento da operação, as Despesas com Pessoal, aqui reportadas, foram impactadas pela reclassificação de despesas antes registradas em Gerais e Administrativas, conforme segue: (i) R\$ 6,8 milhões, referente a "Pessoal" de áreas diretamente relacionadas à operação, como logística e recuperação de vendas; e (ii) R\$ 2,0 milhões, referente ao contrato de profissionais terceirizados de lojas e logística. Em contrapartida, tributos relacionados à diferença de alíquota de ICMS (DIFAL), no montante de R\$ 3,6 milhões e o imposto estadual atrelado ao plano de compensação de Zona Franca de Manaus (UEA), no montante de R\$ 4,6 milhões, passaram a integrar a rubrica de Deduções da Receita, beneficiando a linha de "Impostos e Taxas", na comparação com o mesmo período do ano anterior.

As Despesas Gerais e Administrativas apresentaram uma diluição de 1,6 p.p. sobre a receita líquida, estáveis em relação ao ano anterior. As despesas com pessoal neste trimestre foram impactadas por eventos não recorrentes, conforme segue: (i) R\$ 4,1 milhões de bônus extraordinário da fábrica e (ii) R\$ 3,4 milhões de rescisões de membros da diretoria. O bom desempenho da Companhia no controle e gestão de despesas administrativas é o reflexo de um projeto em curso de revisão da estrutura organizacional e processos corporativos. Conforme explicado anteriormente, a reclassificação de despesas mencionada no parágrafo anterior beneficiou a rubrica de Despesas com Pessoal do G&A em R\$ 8,8 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 3T23 consideram uma receita de R\$ 13,6 milhões com créditos extemporâneos de PIS/Cofins.



3T23 | EBITDA AJUSTADO E MARGEM EBITDA AJUSTADA

Reconciliação do EBITDA (R\$ mil)	3T23	3T22	Δ% 23vs22	9M23	9M22	Δ% 23vs22
Lucro Líquido	76.539	68.127	12,3%	225.094	203.101	10,8%
<i>Margem Líquida (%)</i>	<i>16,7%</i>	<i>17,3%</i>	<i>(0,6 p.p.)</i>	<i>16,0%</i>	<i>16,9%</i>	<i>(1,0 p.p.)</i>
(+) IR/CSLL	1.381	(17.792)	107,8%	4.044	(40.024)	110,1%
(+) Resultado financeiro	9.299	12.812	-27,4%	32.550	33.057	-1,5%
(+) Depreciação e Amortização	33.878	31.373	8,0%	97.948	83.492	17,3%
EBITDA Total	121.096	94.521	28,1%	359.636	279.626	28,6%
(-) Despesas de aluguel (IFRS16)	(26.393)	(22.810)	15,7%	(77.081)	(64.627)	19,3%
(+) Efeitos não recorrentes	(6.093)	-	n.a	(3.485)	8.081	-143,1%
EBITDA Ajustado	88.611	71.710	23,6%	279.070	223.080	25,1%
<i>Margem EBITDA Ajustada (%)</i>	<i>19,4%</i>	<i>18,3%</i>	<i>1,1 p.p.</i>	<i>19,8%</i>	<i>18,6%</i>	<i>1,2 p.p.</i>

Efeitos não recorrentes nos 9M22: (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. Ajustes 9M23 referente à (i) despesas não recorrentes com advogados, (ii) pelo sucesso na eliminação de riscos fiscais de autos de infrações entre 2012 e 2014 e (iii) por despesas extemporânea, decorrentes de projeto de M&A do ano passado e no 3T23 referente à (i) bônus extraordinário da fábrica e (ii) custos com rescisão de membro da diretoria.

No 3T23, a Companhia registrou R\$ 88,6 milhões de EBITDA Ajustado com Margem EBITDA Ajustada de 19,4%, expansão de 1,1 p.p. na comparação com o 3T22. O crescimento de 23,6% reflete o bom ritmo de vendas e a correta composição de estoque em todas as categorias, além do rigoroso controle orçamentário, em paralelo ao ritmo acelerado de expansão de lojas nos últimos 2 anos, com 26,8% do parque de lojas em maturação. O EBITDA do período foi ajustado pela despesa de aluguel dos contratos classificados pelo IFRS/16, bem como por efeitos não recorrentes, conforme segue: (i) R\$ 4,1 milhões de bônus extraordinário da fábrica, (ii) R\$ 3,4 milhões de rescisão de membros da diretoria e (iii) R\$ 13,6 milhões com créditos extemporâneos de PIS/Cofins.

A Margem EBITDA Ajustada foi beneficiada pela alavancagem operacional vinda das Despesas Gerais e Administrativas. A combinação do bom ritmo de vendas e a diluição de Despesas Gerais e Administrativas foram mais que suficientes para neutralizar o impacto do aumento das Despesas com Vendas, decorrente da forte expansão de lojas físicas do período e a perda de Margem Bruta.

3T23 | LUCRO LÍQUIDO E MARGEM LÍQUIDA

Reconciliação do Lucro Líquido (R\$ mil)	3T23	3T22	Δ% 23vs22	9M23	9M22	Δ% 23vs22
EBITDA Ajustado	88.611	71.710	23,6%	292.701	223.080	31,2%
<i>Margem EBITDA Ajustada (%)</i>	<i>19,4%</i>	<i>18,3%</i>	<i>1,1 p.p.</i>	<i>20,8%</i>	<i>18,6%</i>	<i>2,2 p.p.</i>
(-) Despesa de aluguel (IFRS16)	26.393	22.810	15,7%	77.081	64.627	19,3%
(-) Efeitos não recorrentes (Despesas Operacionais)	6.093	-	-	(10.146)	(8.081)	25,6%
(+) Depreciação e Amortização	(33.878)	(31.373)	8,0%	(97.948)	(83.492)	17,3%
(+) Resultado financeiro	(9.299)	(12.812)	-27,4%	(32.550)	(33.057)	-1,5%
(+) IR/CSLL	(1.381)	17.792	-107,8%	(4.044)	40.024	-110,1%
Lucro Líquido	76.539	68.127	12,3%	225.094	203.101	10,8%
<i>Margem Líquida (%)</i>	<i>16,7%</i>	<i>17,3%</i>	<i>(0,6 p.p.)</i>	<i>16,0%</i>	<i>16,9%</i>	<i>(1,0 p.p.)</i>

A Companhia registrou Lucro Líquido de R\$ 76,5 milhões no trimestre, um crescimento de 12,3% vs 3T22, e Margem Líquida de 16,7%. A pressão da margem líquida no período é explicada, principalmente, pela normalização do Imposto Diferido e pela a diferença do nível de crédito presumido entre os períodos, pelo rebalanceamento da produção da Conipa.

3T23 | INVESTIMENTOS - CAPEX

Investimentos (R\$ mil)	3T23	3T22	Δ% 23vs22	9M23	9M22	Δ% 23vs22
Capex Total	48.097	51.263	-6,2%	139.391	106.447	30,9%
Novas lojas	22.872	25.996	-12,0%	49.868	48.963	1,8%
Reformas e Manutenção	4.051	4.881	-17,0%	25.697	17.061	50,6%
Fábrica	9.872	1.722	473,1%	31.187	6.757	361,5%
Sistemas/TI	9.052	10.067	-10,1%	22.060	20.101	9,7%
Outros	2.251	8.596	-73,8%	10.578	13.564	-22,0%
CAPEX/Receita Líquida (%)	10,5%	13,0%	(2,5 p.p.)	9,9%	8,9%	1,0 p.p.

No 3T23, os investimentos totalizaram R\$ 48,1 milhões, uma queda de -6,2% em relação aos investimentos do 3T22, explicado pelo (i) aumento nos investimentos de implantação da nova fábrica, (ii) a inauguração de 4 lojas Vivara e 14 lojas Life no trimestre e (iii) pelos investimentos em sistemas de TI, principalmente referentes à segunda fase do projeto de implementação do sistema SAP.

3T23 | ENDIVIDAMENTO

Dívida Líquida (R\$ mil)	9M23	2022	Δ %	
Empréstimos e Financiamentos	274.382	225.157	21,9%	
Curto Prazo	141.777	116.970	21,2%	
Longo Prazo	132.604	108.186	22,6%	
Caixa e Equivalentes de Caixa	206.834	382.867	-46,0%	
Dívida Líquida	(67.548)	157.710	-142,8%	
EBITDA Ajustado LTM (últimos 12 meses)	457.092	401.082	14,0%	
Dívida Líquida /EBITDA Ajustado	-	0,1x	0,4x	na

No 3T23, o Endividamento Bruto da Companhia aumentou em 21,9%, quando comparado a dezembro de 2022. O caixa líquido do período foi menor em 142,8%, em razão da maior alocação em capital de giro e maior volume de investimentos do período.

3T23 | GERAÇÃO DE CAIXA

Geração de Caixa (R\$ mil)	3T23	3T22	Δ% 23vs22	9M23	9M22	Δ% 23vs22
Lucro Líquido	76.539	68.127	12,3%	225.094	203.101	10,8%
(+/-) IR/CSLL e Outros Ajustes	(7.961)	(2.086)	281,6%	16.307	(8.292)	296,7%
Lucro Líquido Ajustado	68.578	66.042	3,8%	241.402	194.809	23,9%
Capital de Giro	(81.806)	(90.462)	-9,6%	(224.594)	(257.716)	-12,9%
Contas a Receber	44.432	44.919	-1,1%	104.360	85.285	22,4%
Estoques	(24.200)	(128.690)	-81,2%	(166.208)	(247.302)	-32,8%
Fornecedores	(83.851)	20.147	-516,2%	(14.190)	30.115	-147,1%
Impostos a Recuperar	(9.959)	(15.152)	-34,3%	(27.149)	(29.971)	-9,4%
Obrigações Tributárias	(7.370)	(5.785)	27,4%	(72.893)	(62.960)	15,8%
Outros ativos e passivos	(858)	(5.900)	-85,5%	(48.514)	(32.883)	47,5%
Caixa das Atividades Operacionais Gerencial	(13.228)	(24.420)	-45,8%	16.808	(62.907)	126,7%
Capex	(48.098)	(51.264)	-6,2%	(139.391)	(106.447)	30,9%
Consumo de Caixa Livre ⁽⁵⁾	(61.325)	(75.684)	-19,0%	(122.583)	(169.354)	-27,6%

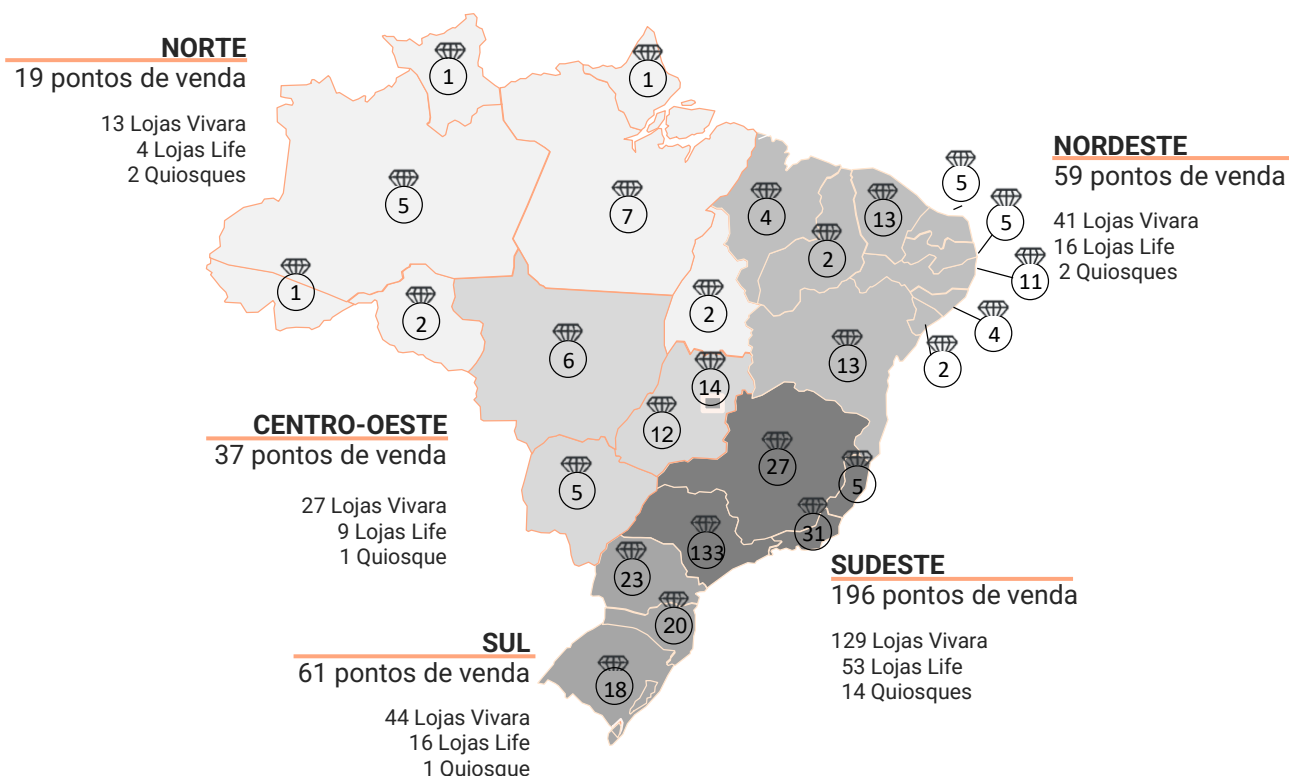
A Companhia consumiu R\$ 13,2 milhões de caixa operacional, -45,8% a menos que o consumo do 3T22, principalmente pela redistribuição da produção da fábrica ao longo dos meses anteriores e, conseqüentemente, o menor investimento em estoques e em matéria prima. O consumo de caixa, considerando os investimentos do período, foi de R\$ 61,3 milhões, -19,0% a menos que no 3T22.

O efeito do Risco Sacado no caixa da Companhia no trimestre foi de -R\$ 38,8 milhões, contra R\$ 18,2 milhões do 3T22. No período de nove meses acumulados, o efeito no caixa foi de -R\$ 17,2 milhões em 2023, contra -R\$ 37,2 milhões em 2022.

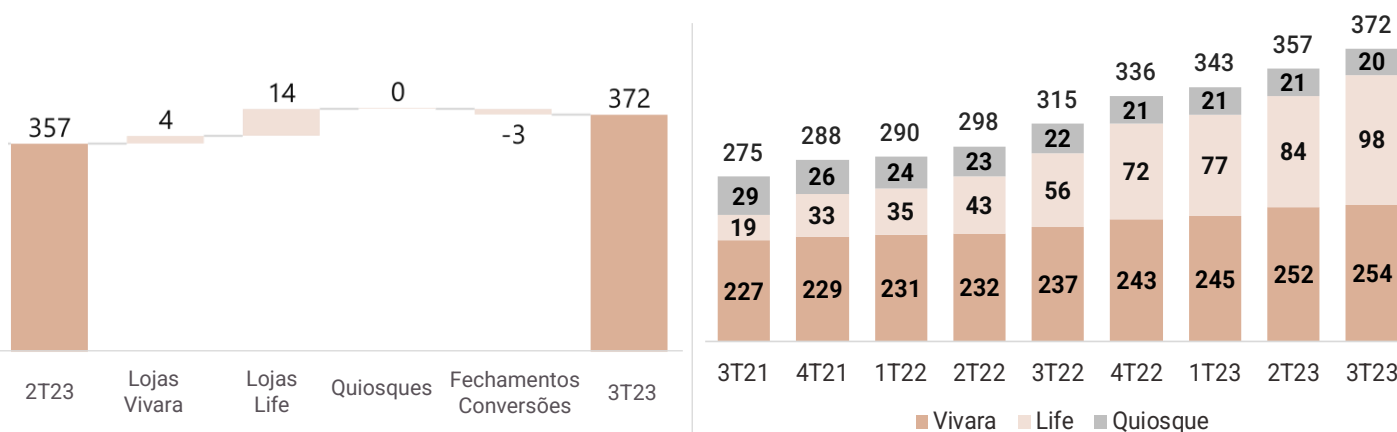
3T23 | EXPANSÃO

Ao final de Setembro de 2023, a Companhia atingiu 372 pontos de vendas em operação, com a adição de 4 novas lojas Vivara e 14 novas lojas Life no terceiro trimestre deste ano, mantendo o ritmo acelerado de expansão esperado para o ano. No período acumulado de 9 meses, a Companhia atingiu um total de 36 aberturas líquidas, sendo 11 Vivara e 26 Life.

Com presença em todas as regiões do Brasil, atualmente, as lojas Vivara possuem 53% de concentração na região Sudeste. Cenário semelhante ocorre com a distribuição das lojas Life, que também já marcam presença em 100% das regiões brasileiras, concentrando 54% das lojas na região Sudeste.



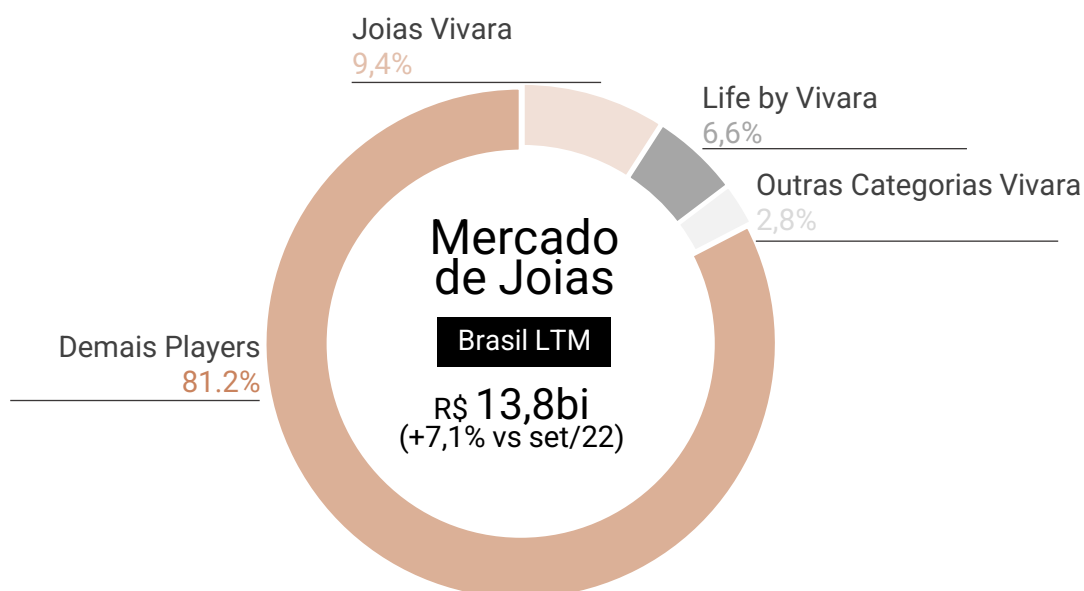
Ao todo, são 254 lojas Vivara, 98 lojas da marca Life e 20 quiosques espalhados por todas as regiões do país, com um ritmo de crescimento acelerado e constante nos últimos anos.



3T23 | PERSPECTIVAS

- 2023 – O resultado do 3T23 reforça a confiança de que estamos preparados para as oportunidades de seguir entregando resultados consistentes. O ritmo de vendas segue alinhado com as expectativas, sem qualquer sinal de desaceleração. No mês de outubro realizamos a nossa Convenção Nacional de Vendas, em que reunimos 430 pessoas do time de lojas, para 3 dias inteiros de total imersão, muito treinamento e conteúdo. As equipes estão engajadas e com o foco 100% voltado para o trimestre mais importante do ano. As lojas e a plataforma digital estão preparadas, com estoques bem compostos, muitos lançamentos por vir e as áreas de suporte preparadas para atender a frente de loja e garantir a melhor experiência ao cliente, na escolha do presente perfeito.
- Fábrica de Manaus – Encerramos o mês de outubro comemorando a estabilização das fábricas da marca Life e de Relógios. A nova estrutura já está preparada para receber também a fábrica de Joias até o final desse ano, de forma segura e sem rupturas no processo. Estamos confiantes nas oportunidades e melhorias que a nova planta pode trazer para a qualidade dos produtos e eficiência dos processos produtivos.
- Expansão – A expectativa para o último trimestre do ano é concretização do maior plano de expansão anual da história da Companhia. Em outubro, foram inauguradas 8 lojas, sendo 05 da Life e 03 da Vivara. Em Novembro e Dezembro, temos a previsão de mais de 15 lojas, em linha com a projeção divulgada, de 55 a 65 lojas para o ano de 2023. Para 2024, já temos 24 contratos negociados para seguir com o forte ritmo da expansão orgânica dos canais.
- *Market Share* – A Companhia encerrou o 3T23 com 18,8% de participação no mercado brasileiro de joias, apresentando 1,9 p.p. de expansão comparado a setembro de 2022, sendo 9,4% para a marca de Joias Vivara, 6,6% para a marca Life e 2,8% 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 2023, a Companhia mantém sua confiança na manutenção e expansão de sua posição de liderança no mercado, reforçando continuamente seus projetos estratégicos e de crescimento.

MARKET SHARE



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

Life
VIVARA



3T23 | DEMONSTRAÇÕES DO RESULTADO

DRE (R\$ mil)	3T23	3T22	Δ% 23vs22	9M23	9M22	Δ% 23vs22
Receita Bruta de Vendas de Mercadorias	713.003	585.182	21,8%	2.166.792	1.794.550	20,7%
Receita Bruta de Serviços	2.283	2.114	8,0%	7.218	6.286	14,8%
Deduções da Receita Bruta	(123.930)	(88.500)	40,0%	(361.988)	(279.828)	29,4%
Trocas e devoluções	(134.045)	(105.920)	26,6%	(403.175)	(321.318)	25,5%
Receita Líquida	457.311	392.876	16,4%	1.408.847	1.199.690	17,4%
(-) Custos dos Produtos Vendidos e serviços prestados	(146.483)	(122.495)	19,6%	(432.000)	(381.584)	13,2%
(-) Depreciações e Amortizações	(1.786)	(1.559)	14,5%	(5.122)	(4.024)	27,3%
(=) Lucro Bruto	309.042	268.822	15,0%	971.725	814.081	19,4%
(-) Despesas Operacionais	(221.823)	(205.674)	7,9%	(710.037)	(617.947)	14,9%
Vendas	(162.238)	(130.214)	24,6%	(482.772)	(394.476)	22,4%
Pessoal	(82.100)	(63.559)	29,2%	(242.993)	(190.892)	27,3%
Aluguéis e condomínios	(16.386)	(14.651)	11,8%	(50.768)	(42.980)	18,1%
Descontos sobre arrendamentos	-	1.043	n.a	-	2.469	n.a
Frete	(7.601)	(8.213)	-7,5%	(24.646)	(21.299)	15,7%
Comissão sobre Cartões	(11.575)	(9.423)	22,8%	(35.311)	(28.671)	23,2%
Serviços de Terceiros	(6.470)	(4.880)	32,6%	(17.682)	(12.152)	45,5%
Despesas com Marketing	(25.863)	(20.371)	27,0%	(70.419)	(62.334)	13,0%
Outras despesas com vendas	(12.241)	(10.160)	20,5%	(40.952)	(38.617)	6,0%
Gerais e Administrativas	(45.958)	(45.890)	0,1%	(152.270)	(137.712)	10,6%
Pessoal	(26.706)	(23.047)	15,9%	(80.527)	(68.634)	17,3%
Aluguéis e condomínios	(373)	(296)	25,7%	(670)	(921)	-27,3%
Serviços de Terceiros	(13.002)	(12.407)	4,8%	(46.363)	(45.800)	1,2%
Outras Despesas Gerais e Administrativas	(5.877)	(10.139)	-42,0%	(24.710)	(22.357)	10,5%
Depreciações e Amortizações	(32.092)	(29.814)	7,6%	(92.826)	(79.468)	16,8%
Resultado de Equivalência Patrimonial	-	-	n.a	-	-	n.a
Outros Despesas (Receitas) Operacionais	18.464	244	7464,3%	17.830	(6.292)	-383,4%
(=) Lucro (Prejuízo) Antes das Financeiras	87.219	63.147	38,1%	261.688	196.134	33,4%
(=) Resultado Financeiro	(9.299)	(12.812)	-27,4%	(32.550)	(33.057)	-1,5%
Receitas Financeiras Líquidas	15.698	10.533	49,0%	34.345	34.677	-1,0%
Despesas Financeiras Líquidas	(24.997)	(23.344)	7,1%	(66.895)	(67.735)	-1,2%
(=) Lucro Operacional	77.919	50.336	54,8%	229.139	163.077	40,5%
Imposto de Renda e Contribuição Social	(1.381)	17.792	-107,8%	(4.044)	40.024	-110,1%
(=) Lucro Líquido	76.539	68.127	12,3%	225.094	203.101	10,8%

3T23 | BALANÇO PATRIMONIAL

	9M23	2022	Δ%
CIRCULANTE			
Caixa e equivalentes de caixa	69.519	160.036	-56,6%
Títulos e valores mobiliários	137.315	155.139	-11,5%
Contas a receber	558.869	663.797	-15,8%
Contas a receber partes relacionadas	-	-	na
Estoques	876.445	709.712	23,5%
Impostos a recuperar	75.213	55.870	34,6%
Despesas pagas antecipadamente e outros créditos	16.300	16.465	-1,0%
Instrumentos derivativos ativo	-	-	na
Total do ativo circulante	1.733.661	1.761.019	-1,6%
NÃO CIRCULANTE			
Títulos e valores mobiliários LP	-	67.692	-100,0%
Depósitos judiciais	39.901	28.213	41,4%
Contas a receber partes relacionadas LP	-	-	na
Imposto de renda e contribuição social diferidos	245.944	199.153	23,5%
Instrumentos derivativos ativo	2.099	-	na
Impostos a recuperar	207.131	181.693	14,0%
Investimentos	-	-	na
Imobilizado	738.277	652.164	13,2%
Intangível	55.737	42.240	32,0%
Total do ativo não circulante	1.289.090	1.171.155	10,1%
ATIVO TOTAL	3.022.751	2.932.174	3,1%
CIRCULANTE			
Fornecedores	73.525	104.961	-30,0%
Fornecedores Convenio	57.493	40.247	42,9%
Empréstimos e financiamentos	141.777	116.970	21,2%
Investimentos - passivo a descoberto	-	-	na
Partes relacionadas	-	-	na
Obrigações trabalhistas e previdenciárias	93.053	92.338	0,8%
Obrigações tributárias	58.279	111.870	-47,9%
Parcelamento de tributos	-	-	na
Arrendamentos a pagar	18.942	19.766	-4,2%
Instrumentos derivativos passivo	4.086	672	508,1%
Arrendamentos direito de uso a pagar	70.193	59.546	17,9%
Juros sobre capital próprio a pagar	2	2	-6,1%
Dividendos a pagar	3	85.704	-100,0%
Outras obrigações	59.394	94.179	-36,9%
Total do passivo circulante	576.747	726.255	-20,6%
NÃO CIRCULANTE			
Obrigações trabalhistas e previdenciárias	-	-	na
Instrumentos derivativos passivo LP	-	1.814	-100,0%
Empréstimos e financiamentos	132.604	108.186	22,6%
Parcelamento de tributos	-	-	na
Provisão para riscos cíveis, trabalhistas e tributários	15.584	18.254	-14,6%
Arrendamentos direito de uso a pagar	416.522	415.097	0,3%
Outras obrigações	4.694	4.616	1,7%
Total do passivo não circulante	569.404	547.967	3,9%
PATRIMÔNIO LÍQUIDO			
Capital social	1.105.381	1.105.381	0,0%
Reservas de lucros	840.164	615.068	36,6%
Lucros acumulados	-	-	na
Ações em tesouraria	(24.176)	(14.694)	64,5%
Opções Outorgadas	8.272	5.238	57,9%
Reservas de Capital	(53.041)	(53.041)	0,0%
Total do patrimônio líquido	1.876.600	1.657.952	13,2%
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	3.022.751	2.932.174	3,1%

3T23 | FLUXO DE CAIXA

Fluxo de Caixa (R\$ mil)	3T23	3T22	Δ% 23vs22	9M23	9M22	Δ% 23vs22
Lucro Líquido	76.539	68.127	12,3%	225.094	203.101	10,8%
Ajustes do Lucro Líquido	36.250	33.730	7,5%	147.980	106.692	38,7%
Lucro Líquido Ajustado	112.788	101.857	10,7%	373.074	309.793	20,4%
Variação nos ativos e passivos operacionais:						
Contas a receber	44.432	44.919	-1,1%	104.360	85.285	22,4%
Estoques	(24.200)	(128.690)	81,2%	(166.208)	(247.302)	32,8%
Fornecedores	(83.851)	20.147	-516,2%	(14.190)	30.115	-147,1%
Impostos a Recuperar	(9.959)	(15.152)	34,3%	(27.149)	(29.971)	9,4%
Obrigações Tributárias	(7.370)	(5.785)	-27,4%	(72.893)	(62.960)	-15,8%
Outros ativos e passivos	(858)	(5.900)	85,5%	(48.514)	(32.883)	-47,5%
Caixa das atividades operacionais	30.983	11.395	171,9%	148.480	52.077	185,1%
Imposto de Renda e Contribuição Social	(11.504)	(10.792)	-6,6%	(31.630)	(29.923)	-5,7%
Juros pagos de empréstimos e financiamentos	(7.703)	(3.452)	-123,2%	(19.551)	(17.817)	-9,7%
Juros pagos de arrendamentos de direito de uso	(15.625)	(10.235)	-52,7%	(36.855)	(29.932)	-23,1%
Caixa líquido das atividades operacionais	(3.849)	(13.084)	70,6%	60.443	(25.595)	336,2%
Ações em Tesouraria	(4.995)	(3.963)	-26,0%	(11.112)	(14.694)	24,4%
Imobilizado	(40.351)	(36.252)	-11,3%	(118.707)	(80.767)	-47,0%
Intangível	(7.747)	(15.012)	48,4%	(20.684)	(25.680)	19,5%
Outros	8.793	20.197	-56,5%	85.516	92.144	-7,2%
Caixa das atividades de Investimentos	(44.299)	(35.030)	-26,5%	(64.987)	(28.997)	-124,1%
Dividendos e JCP	-	0	na	(85.701)	(70.889)	-20,9%
Empréstimos e financiamentos	50.000	(5.784)	964,5%	47.500	(61.127)	177,7%
Arrendamento do Direito de Uso	(9.378)	(11.337)	17,3%	(43.636)	(37.312)	-16,9%
Outros	(1.415)	1.959	-172,2%	(4.137)	-	-
Caixa das atividades de financiamento	39.207	(15.161)	358,6%	(85.973)	(169.328)	49,2%
Aumento (redução) de caixa e equivalente de caixa	(8.942)	(63.275)	85,9%	(90.517)	(223.920)	59,6%
Saldo Inicial de caixa e equivalente de caixa	78.460	164.942	-52,4%	160.036	325.588	-50,8%
Saldo final de caixa e equivalente de caixa	69.519	101.668	-31,6%	69.519	101.668	-31,6%

MEDIÇÕES NÃO CONTÁBEIS

- **EBITDA Ajustado e Margem EBITDA Ajustada** - O EBITDA (*Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization*) ou LAJIDA (Lucros Antes de Juros, Impostos, Depreciações e Amortizações) é uma medição não contábil divulgada pela Companhia em consonância com a Instrução CVM nº 527/12. A partir do cálculo acima, é realizado o ajuste para eliminação de efeitos não recorrentes no resultado e, para melhor comparabilidade, exclui-se também o efeito da adoção do CPC06/IFRS16, que entrou em vigor em 1 de janeiro de 2019, 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 RI

E-mail: ri@vivara.com.br

Tel.: +55 11 95394-1234

VIVARA

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