



RELEASE DE RESULTADOS

4º TRIMESTRE 2022

28 de março de 2023

WINE REGISTRA CRESCIMENTO DE RECEITA LÍQUIDA DE 31,0% NO ANO DE 2022 E SUPERA A MARCA DE 366 MIL SÓCIOS.

+31,0%Receita Líquida
(2022 x 2021)**366 mil**Assinaturas ativas
(Dez/22)**+21,2%**Assinaturas ativas
(Dez/22 x Dez/21)**48,8%**Margem de Lucro
Bruto
(+1,2 p.p. x 2021)**R\$ 83,8 mm**EBITDA
Operação no Brasil
(2022)

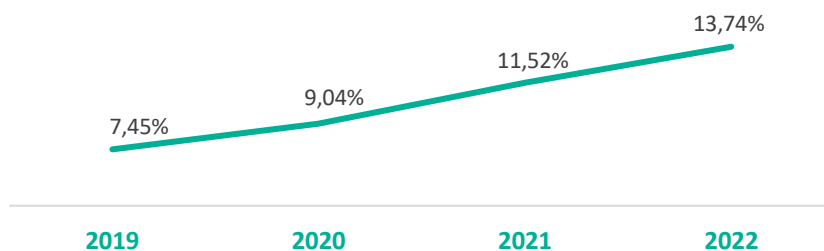
- Em 2022, a Wine registrou receita líquida de R\$ 730,8 milhões, crescimento de 31,0% em relação a 2021, acrescentando R\$ 172,9 milhões na comparação entre os períodos.
- O Clube Wine, serviço de assinatura e receita recorrente, encerrou o ano com 366 mil assinaturas ativas, uma adição líquida de 64 mil novas assinaturas em relação as 302 mil registradas no final do ano de 2021 (crescimento de 21,2% YoY).
- A contínua expansão da base contribui para a sólida performance de receita líquida deste segmento, que totalizou R\$ 264,1 milhões no ano. Também merece destaque o aumento da Margem de Lucro Bruto no segmento de Clube de Assinatura, que evoluiu de 56,0% em 2021 para 61,6% em 2022.
- O segmento de *Business Offline* tem aumento de 111,4% de receita líquida na comparação com 2021, com o B2B cada vez mais fortalecido a partir do contínuo crescimento orgânico da Wine nesse canal.
- O Lucro Bruto total da Wine atingiu a marca de R\$ 356,5 milhões, um crescimento de 34,3% em relação ao mesmo período de 2021, performando uma margem de lucro bruto de 48,8% (+1,2 p.p. em comparação ao ano de 2021).
- O EBITDA ajustado em 2022 foi de R\$ 76,1 milhões, crescimento de 28,3% em relação aos R\$ 59,3 milhões registrados em 2021, impactado pelo prejuízo de R\$ 7,7 milhões da operação da Companhia no México. A operação no Brasil, portanto, reporta um EBITDA ajustado de R\$ 83,8 milhões no período, crescimento de 40,9% em relação ao mesmo período de 2021.

COMENTÁRIOS DA ADMINISTRAÇÃO

O ano de 2022 foi marcante para a Wine pela consolidação da estratégia da Companhia: construir um ecossistema de vinhos ao redor do consumidor e estar presente em todas as ocasiões de compra e de consumo de vinhos, principalmente dos sócios do Clube Wine. Esse objetivo de negócio, que já vinha tomando corpo desde 2019/2020 com o processo de abertura de lojas físicas, ficou ainda mais completo em 2021 após a aquisição da Cantu (Futura Comercial Trading Ltda) e se consolidou em 2022 marcando a forte presença da Wine não apenas no digital e no Clube de Assinatura, mas principalmente no B2B que se tornou segmento operacional mais relevante da Wine em termos de receita líquida.

Graças a essa estratégia de diversificação das unidades de negócio e canais, e o foco em garantir hiperdisponibilidade de produtos onde quer que o consumidor esteja, a Wine reforçou sua posição de liderança como o maior importador de vinhos do Brasil, com market-share⁽¹⁾ do volume de garrafas importadas de 13,74% em 2022, de acordo com dados da Ideal Consulting, empresa de consultoria especializada no setor.

MARKET-SHARE DA IMPORTAÇÃO DE VINHOS (EM VOLUME)



Fonte: Ideal Consulting

Os resultados operacionais foram alavancados por essa estratégia e a Wine registrou crescimento de receita líquida de 31,0%, superando R\$ 730 milhões ao longo do ano de 2022. Essa performance é resultado do contínuo crescimento da base de assinantes do Clube Wine que encerrou o ano de 2022 com mais de 366 mil assinaturas ativas (adição líquida de mais de 64 mil assinaturas nos últimos doze meses), do projeto de expansão de onnipresença atuando em múltiplos canais de vendas, online e offline, e principalmente da expansão das vendas no B2B garantindo que os produtos vendidos pela Wine estejam presentes não apenas nos canais próprios da Companhia, mas também nas gôndolas dos supermercados (desde grandes redes nacionais a pequenos mercados de bairro), empórios e na carta de vinhos de bares e restaurantes.

O segmento de Business Offline (B2B) atua na parcela mais significativa do mercado de vinhos do Brasil, destacando-se principalmente as oportunidades no canal off-trade (supermercados), foco de atuação da Wine. Através de um ecossistema que atende o cliente de maneira diferenciada por meio de representantes de vendas, parceiros comerciais e equipe de telemarketing, esta unidade de negócio especializada leva o cliente a uma experiência mais moderna e digital, através de um e-commerce desenhado em uma plataforma proprietária, destinado aos parceiros comerciais que queiram fazer as compras no modelo self-service.

Também se destaca em 2022 a expansão de margem bruta da Wine que, junto com o controle das despesas operacionais, contribui de forma significativa para o crescimento do EBITDA ajustado de 28,3% em relação a 2021, mesmo com o impacto negativo de R\$ 7,7 milhões referente a operação da Wine no México que ainda está em estágio inicial e tem demandado recursos.

(1) Market-share em volume de vinhos importados, baseado nos dados de importação apresentados pela Ideal Consulting, consultoria especializada em dados do setor. Considera, em todos os períodos, o agregado de importações realizadas pela Wine e pela Cantu, empresa adquirida em agosto de 2021.

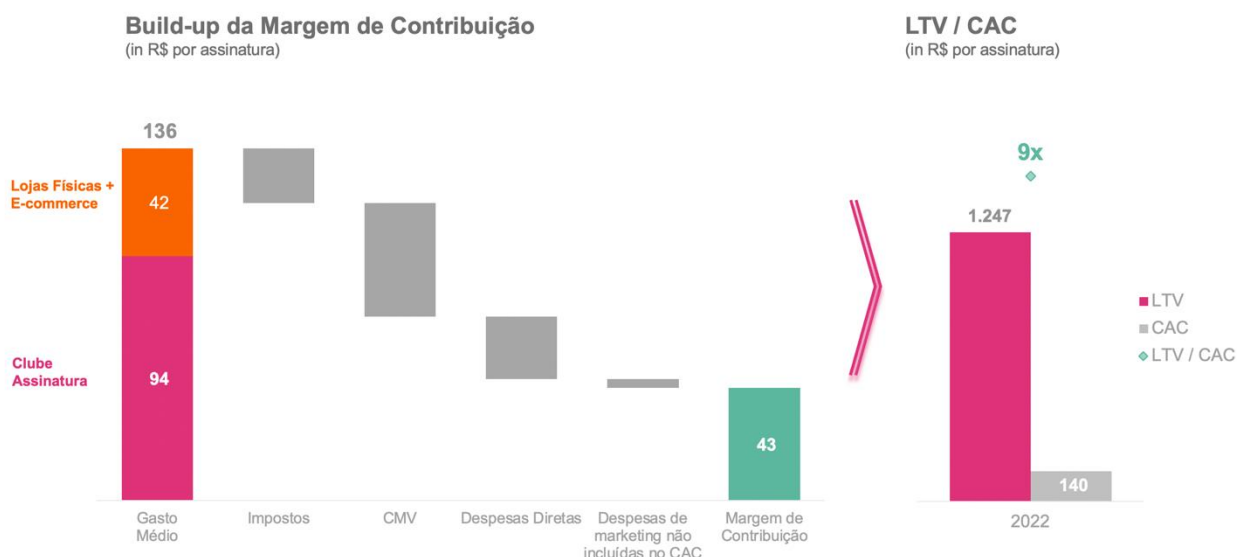
O lucro líquido do período foi impactado pelo aumento das despesas financeiras, principalmente em virtude do crescimento de juros pagos sobre dívidas bancárias e sobre a 2ª Debênture emitida em 2021 para capitalizar a Companhia para a aquisição da Cantu (Futura Comercial Trading Ltda). O montante de juros também apresentou substancial crescimento devido ao aumento da taxa de juros, que saiu de 3,50% em maio de 2021 quando foi emitida a 2ª Debenture, para 13,75% atualmente.

Por fim, merece destaque a redução do endividamento da Companhia após a conversão em ações da dívida referente a 3ª Debênture emitida pela Wine para a Cantu Holding Participações Ltda no contexto da aquisição da Futura Comercial Trading Ltda em agosto de 2021. Com isso, a alavancagem da Wine reduziu substancialmente, passando de uma relação Dívida Líquida / EBITDA Ajustado de 3,89x em 2021 para 1,78x em 2022.

CLUBE WINE: CONTINUIDADE DO CRESCIMENTO E DE RENTABILIDADE

O Clube Wine é o produto de assinatura, a porta de entrada e o início do relacionamento do cliente com o universo Wine. Os “sócios”, como são chamados os assinantes do Clube, desenvolvem um relacionamento intenso com a marca e a recorrência contribui fortemente com o crescimento de receita e a conversão de *unit economics* favoráveis para a Companhia.

Os investimentos em marketing focados na captação e manutenção do sócio tem como objetivo a entrada e permanência do cliente dentro da base de assinantes, para que então passe a contar com a Wine em toda a sua jornada de consumo de vinho. Esta estratégia pode ser vista uma vez que os sócios não limitam o seu relacionamento somente ao consumo dos vinhos recebidos através de suas assinaturas. Este relacionamento é complementado pelas compras adicionais realizadas tanto no *e-commerce* como nas lojas físicas. Em 2022, além do gasto mensal com o clube de assinatura, os sócios gastaram 44,3% adicionais em compras nestes outros dois canais.



O ritmo de captação de sócios segue acelerado, superando a marca de 366 mil assinaturas ativas ao final de dezembro de 2022, uma adição líquida de 64 mil assinaturas nos últimos doze meses, o que comprova que o modelo de negócio segue saudável e próspero, indicativo que pode ser verificado nos níveis de *churn*⁽³⁾ que permanecem baixos no acumulado do ano em 3,5% e na saudável relação LTV/CAC em 9x.

- (1) LTV (*Lifetime-value*) calculado multiplicando-se a margem de contribuição pelo tempo de vida do cliente (*lifetime*), que é a razão entre 1 e o churn médio mensal
- (2) CAC (*Customer Acquisition Cost*) considera o investimento de marketing destinado a aquisição de um novo assinante
- (3) Churn é o índice de evasão de clientes, calculado pela razão entre a quantidade de clientes que cancelam o Clube pela base inicial do período. Exclui fraudes (adesão com cancelamento em menos de 30 dias) e churn referente a trocas de plano (clientes que cancelam e fazem uma nova adesão a um novo plano em período inferior a 30 dias).

A EXPERIÊNCIA OMNICHANNEL SE COMPLETA COM O E-COMMERCE E AS LOJAS FÍSICAS

A plataforma de compras *online* é um dos importantes pilares da estratégia de onnipresença, garantindo ao consumidor, sobretudo os assinantes do Clube Wine, acesso a rótulos exclusivos e a excelente custo-benefício, cumprindo com o objetivo de democratização do vinho e promovendo uma experiência diferenciada aos assinantes.

Junto das vendas *online*, as lojas físicas também ocupam um papel relevante na estratégia da Companhia, pois contribuem para a descentralização do estoque, permitindo a entrega dos pedidos em *same-day* e *next-day* através do *ship from store*, e participando, portanto, de uma jornada de “compras de última hora” e de conveniência, em que a Wine não estava presente antes da abertura das lojas.

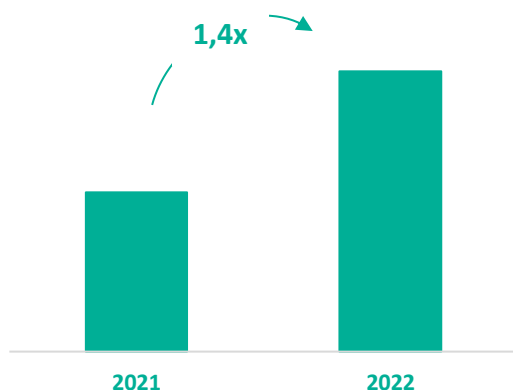
As compras nas Lojas Físicas podem ser feitas sem que o consumidor esteja, necessariamente, fisicamente dentro da loja. Interligadas ao *e-commerce* através do App, o usuário que estiver dentro da área de atuação de uma das lojas pode aproveitar todos os benefícios e promoções do *e-commerce*, com a alternativa de escolher os produtos através do App e podendo retirar os produtos fisicamente em nossas lojas ou recebê-los em sua casa em até 2 horas a partir da compra.

Em todos os canais de vendas da Companhia, os sócios do Clube aproveitam os benefícios da assinatura, com descontos exclusivos, frete grátis e acúmulo de *cashback* em todas as compras realizadas, aumentando as possibilidades de *cross-sell*, ampliando a proposta de valor do Clube e a integração do sócio com a Companhia.

No ano de 2022, o segmento operacional Varejo, que inclui as vendas feitas online e pelas lojas físicas, representou 22,1% do total da receita líquida da Companhia, totalizando R\$ 161,7 milhões

Essa operação é complementada com 17 lojas físicas atualmente em operação, estrategicamente localizadas em 13 diferentes cidades. Estamos presentes nas Regiões Sul, Sudeste, Centro-Oeste e Nordeste, em zonas onde existe grande densidade de sócios, assim, a presença física das lojas possibilita o aumento de vendas aos sócios e contribui reforçando como canal para entrada de novos assinantes e clientes.

Vendas Lojas Físicas



As vendas realizadas nas lojas físicas, em 2022, foram 1,4x maiores do que as realizadas no ano de 2021, resultado da inauguração de novos pontos de venda durante o ano de 2022 e de uma curva de maturação acelerada.

CRESCIMENTO ACELERADO DO SEGMENTO “BUSINESS OFFLINE”

A Companhia continua expandindo o segmento de *Business Offline*, composto pelas vendas do B2B (*on-trade*¹ e *off-trade*²) que representam uma parcela significativa do mercado de vinhos do Brasil, destacando-se principalmente as oportunidades *off-trade*, principal foco de atuação da Wine. Através de um ecossistema que atende o cliente de maneira diferenciada por meio de representantes de vendas, parceiros comerciais e equipe de telemarketing, esta unidade de negócio especializada leva o cliente a uma experiência mais moderna e digital, através de um *e-commerce* desenhado em uma plataforma proprietária, destinado aos parceiros comerciais que queiram fazer as compras no modelo *self-service*.

A atuação da Companhia no B2B, foi reforçada, em agosto de 2021, com a aquisição da Futura Comercial Trading Ltda (Cantu), trazendo mais robustez e acelerando o desenvolvimento do negócio através de pontos de vendas, carteira de clientes e centros de distribuição já consolidados em suas operações.

O sucesso da transação permanece se traduzindo pelos seus números realizados, visto que, em 2022, a receita líquida do total do segmento foi de R\$ 304,9 milhões, crescimento de 111,4% em relação ao ano anterior. Se considerarmos somente as receitas da Wine, este segmento teria crescido 44,2% no período destacado.

A Cantu agregou, isoladamente, um total de R\$ 222,4 milhões ao resultado da Companhia, participando de forma decisiva na expansão do negócio de B2B e contribuindo para a expansão da receita total da Companhia.

Um destaque especial para o volume de garrafas comercializadas pelo segmento, foram 3,6 milhões na Wine com 11,3 milhões da Cantu, um total de 14,9 milhões. A Cantu agregou em todo o ano de 2022 o atendimento em 6.800 clientes B2B, presentes em 926 municípios espalhados pelo Brasil.

¹ Bares, restaurantes, casas noturnas, cafés, clubes e hotéis.

² Supermercados, atacadistas e empórios.

DESEMPENHO FINANCEIRO

RECEITA LÍQUIDA

No 4T22 a receita líquida da Companhia foi de R\$ 200,4 milhões, representando um crescimento de 14,0% na comparação com o 4T21. O segmento *Business Offline*, segue com relevante parcela no total da receita, representando 40,7%, seguido pelo resultado do Clube de Assinaturas, porta de entrada de sócios, que segue em contínuo crescimento e representa 36,0%. O *Varejo* fecha representando 23,3% do total da receita no período.

Ganha destaque neste período, o segmento de *Business Offline* que teve um crescimento de 28,0% na receita líquida em relação ao 4T21, incremento de receita não só através das operações da Cantu, mas também com um excelente crescimento orgânico na atuação de B2B da Wine.

LUCRO BRUTO

Indicadores Financeiros R\$ milhões	4T22	4T21	vs. 4T21	12M22	12M21	vs. 12M21
Receita Líquida	200,4	175,8	14,0%	730,8	557,9	31,0%
Custo das Vendas	(103,8)	(96,2)	7,8%	(374,3)	(292,4)	28,0%
Lucro Bruto	96,6	79,5	21,5%	356,5	265,4	34,3%
<i>Margem de Lucro Bruto</i>	48,2%	45,2%	3,0p.p.	48,8%	47,6%	1,2p.p.

O lucro bruto atingiu R\$ 96,6 milhões no 4T22, performando uma margem de lucro bruto de 48,2% e um crescimento de 21,5% em relação ao 4T21.

DESPESAS COM VENDAS, GERAIS E ADMINISTRATIVAS

Indicadores Financeiros R\$ milhões	4T22	4T21	vs. 4T21	12M22	12M21	vs. 12M21
Vendas	(50,6)	(40,4)	25,0%	(166,4)	(123,8)	34,5%
Gerais e Administrativas	(37,3)	(37,5)	(0,6%)	(137,5)	(107,9)	27,4%
Outras	(11,3)	(1,1)	890,1%	(10,0)	(7,4)	34,8%
Total	(99,2)	(79,1)	25,3%	(313,9)	(239,1)	31,3%
<i>% da receita líquida</i>	49,5%	45,0%	4,5p.p.	42,9%	42,9%	0,0p.p.

As despesas apresentam um crescimento de 25,3% no trimestre passando de R\$ 79,1 milhões no 4T21 para R\$ 99,2 milhões no 4T22, sendo:

Vendas: Os custos com frete contribuem significativamente para o aumento nas despesas com vendas, principalmente devido a inflação dos combustíveis, passando de R\$ 14,7 milhões no 4T21 (8,4% da receita líquida) para R\$ 20,8 milhões no 4T22 (10,4% da receita líquida). Outros impactos referem-se a maior investimento de marketing para captação de novos sócios e investimentos relacionados ao período da Black Friday, e no segmento *Business Offline*, onde a Companhia ampliou seu quadro de vendedores e representantes comerciais, visando escalar cada vez mais a captação em grandes contas de off trade e considerando o forte crescimento da receita neste segmento, as comissões foram diretamente impactadas.

Gerais e Administrativas: Mesmo com o incremento de R\$ 1,5 milhões da operação no México, o controle das despesas que não estão relacionadas ao aumento nas vendas geram uma redução de 0,6% quando comparamos o 4T22 ao mesmo período do ano anterior. Comparado ao exercício anterior, temos o incremento de R\$ 7,4 milhões referente amortização do ágio da carteira de clientes pela aquisição da Cantu, incremento em arrendamento de imóveis de R\$ 2,2 milhões pelos reajustes de contratos.

Outras: Em outras despesas concentram-se gastos legais e não recorrentes com a contratação de consultorias no intuito de realizar estudos e projetos voltados para captação de recursos (R\$ 6,1 milhões), provisão de contingência tributária na Cantu (R\$ 4,7 milhões) referente ao IPI avaliado pela Companhia, após decisão do Supremo Tribunal Federal a cerca da conclusão do julgamento dos temas 881 e 885 em 08/02/2023. A provisão constituída esta sujeita a revisões e poderá ser revertida após a conclusão de estudos realizados pelos assessores da Companhia ou em função da evolução dos recursos pendentes de julgamentos e desdobramentos nos tribunais. Ainda complementam o aumento os gastos pré-operacionais da operação México (R\$ 0,5 milhões).

EBITDA E EBITDA AJUSTADO

Indicadores Financeiros R\$ milhões	4T22	4T21	vs. 4T21	12M22	12M21	vs. 12M21
Resultado México	(2,5)	(0,2)	1503,8%	(7,7)	(0,2)	4784,1%
EBITDA (Grupo Wine)	5,5	7,2	(24,2%)	73,3	45,5	61,2%
EBITDA (Grupo Wine – México)	8,0	7,4	8,2%	81,0	45,6	77,5%
<i>Margem EBITDA (operação Brasil)</i>	<i>4,0%</i>	<i>4,2%</i>	<i>(0,2p.p.)</i>	<i>11,1%</i>	<i>8,2%</i>	<i>2,9p.p.</i>
Gastos Legais Não Recorrentes	5,0	1,5	229,0%	11,1	14,8	(25,2%)
Ganhos ou perdas tributárias	(0,0)	(0,1)	(99,0%)	(8,6)	(0,9)	836,0%
Outros resultados não operacionais	0,3	0,0	n/a	0,3	0,0	n/a
EBITDA Ajustado (Grupo Wine)	10,8	8,6	24,9%	76,1	59,3	28,3%
EBITDA Ajustado (Grupo Wine – México)	13,3	8,8	51,3%	83,8	59,5	40,9%
<i>Margem EBITDA Ajustado (operação Brasil)</i>	<i>6,6%</i>	<i>5,0%</i>	<i>1,6p.p.</i>	<i>11,5%</i>	<i>10,7%</i>	<i>0,8p.p.</i>

O EBITDA realizado no 4T22 foi de R\$ 5,5 milhões, uma queda de 24,2% em relação ao mesmo período do ano anterior. O resultado deste trimestre foi impactado negativamente por alguns fatores, destacadamente: (i) operação México que apresentou resultado negativo de R\$ 2,5 milhões no período, o que já era esperado por se tratar de uma nova operação e que naturalmente ainda não atingiu breakeven; (ii) Gastos legais não recorrentes com a contratação de consultorias para estudos de captação de recursos e outros resultados operacionais. Eliminados esses efeitos, o EBITDA ajustado realizado no último trimestre foi de R\$ 13,3 milhões, crescimento de 51,3% em relação ao mesmo período de 2021, e uma expansão de margem de +1,6 p.p. (6,6% no 4T22 versus 5,0% no 4T21).

RESULTADO FINANCEIRO

Indicadores Financeiros R\$ milhões	4T22	4T21	vs. 4T21	12M22	12M21	vs. 12M21
Receitas Financeiras	7,2	3,4	109,3%	22,1	11,8	87,0%
Variação Cambial Ativa	4,3	1,9	132,8%	14,5	7,5	93,5%
Outros	2,8	1,6	81,4%	7,6	4,3	75,7%
Despesas Financeiras	(22,1)	(15,0)	47,7%	(87,7)	(39,4)	122,8%
Variação Cambial Passiva	(3,0)	(3,1)	(4,7%)	(14,5)	(14,7)	(1,5%)
Encargos sobre empréstimos e financiamentos, líquidos	(2,3)	(0,9)	158,6%	(5,8)	(2,3)	149,8%
Juros sobre investimentos	(0,0)	(4,3)	(99,3%)	(20,6)	(4,3)	384,3%
Juros sobre debêntures	(5,9)	(7,3)	(19,4%)	(20,2)	(7,3)	177,7%
Outros	(11,0)	0,6	(2061,4%)	(26,6)	(10,8)	146,5%
Resultado Financeiro Líquido	(15,0)	(11,6)	29,4%	(65,6)	(27,5)	138,1%

O resultado financeiro no ano de 2022 apresenta forte crescimento, devido a atualização sobre a 2ª debêntures não conversível emitida no 2º trimestre de 2021, principalmente devido ao aumento da taxa de juros no Brasil. Ainda afeta o aumento das Despesas Financeiras a atualização sobre investimentos referente aquisição da Cantu em agosto de 2021. As receitas financeiras apresentam crescimento de 87% comparado ao exercício anterior tendo a variação cambial positiva com aumento de R\$ 7 milhões, além de outras receitas financeiras com efeito do Ajuste a Valor Presente do contas a receber da Companhia no montante de R\$ 3,3 milhões. As despesas financeiras possuem maior crescimento, principalmente em juros sobre investimentos, no montante de R\$ 16,3 milhões, referente atualização do preço pago pela Cantu, sem efeito caixa no exercício, considerando a conversão da 3ª emissão de debêntures conversível, realizada em 13 de dezembro de 2022 após aprovação dos acionistas em Assembleia Geral Extraordinária.

Em outras despesas financeiras o crescimento foi impactado principalmente pelos Ajuste a Valor Presente de seu Passivo, no montante de R\$ 7 milhões, perdas com instrumentos derivativos no montante de R\$ 3,7 milhões, descontos concedidos R\$ 4,7 milhões, além de R\$ 3 milhões relativos operação de Swap com Finimp.

LUCRO LÍQUIDO

Indicadores Financeiros R\$ milhões	4T22	4T21	vs. 4T21	12M22	12M21	vs. 12M21
EBITDA Ajustado	10,8	8,6	24,9%	76,1	59,3	28,3%
EBITDA	5,5	7,2	(24,2%)	73,3	45,5	61,2%
(-) Depreciações e Amortizações	(8,0)	(6,8)	17,2%	(30,7)	(19,1)	60,5%
EBIT	(2,5)	0,4	(724,8%)	42,6	26,3	61,8%
(-) Resultado Financeiro Líquido	(15,0)	(11,6)	29,5%	(65,6)	(27,5)	138,1%
(-) IRPJ e CSLL	4,7	(1,1)	(516,8%)	2,6	(2,3)	(214,5%)
Lucro/(Prejuízo Líquido)	(12,8)	(12,3)	3,8%	(20,3)	(3,5)	480,1%

A redução do EBITDA em 24,2% no 4T22 em comparação ao 4T21, contribui para o aumento do prejuízo líquido, passando de R\$ 12,3 milhões para R\$ 12,8 milhões no último trimestre. Esse aumento do prejuízo se deve a dois fatores principais: (i) aumento de depreciações e amortizações, associado ao aumento nas despesas de aluguel devido a expansão de lojas físicas; e (ii) piora no resultado financeiro líquido explicado pelo aumento das despesas financeiras, sobretudo com juros sobre investimentos e sobre as debêntures emitidas em maio de 2021 para aquisição da Futura Comercial Trading Ltda. (Cantu). No acumulado do ano, o forte impacto na despesa financeira refere-se principalmente ao aumento das taxas de juros no Brasil.

POSIÇÃO DE CAIXA E ENDIVIDAMENTO

Indicadores Financeiros Em milhões R\$	2022	2021	vs. 2021
Dívida Bruta	169,2	260,7	(35,1%)
Caixa e Equivalente de Caixa	33,4	30,0	11,2%
Dívida Líquida	135,9	230,6	(41,1%)
EBITDA Ajustado	76,1	59,3	24,7%
Dívida Líquida/EBITDA Ajustado	1,78x	3,89x	(2,11x)

O endividamento da Companhia apresenta forte queda comparado ao ano de 2021 devido a conversão em ações da 3ª Debênture emitida pela Wine no contexto da transação de aquisição da Futura Comercial Trading Ltda. em agosto de 2021. A conversão em ações, ocorrida em 13 de dezembro de 2022, pela Cantu Holding Participações Ltda se refere ao montante de R\$ 131,6 milhões mediante a emissão de 22.114.649 novas ações ordinárias nominativas.

CAPEX

CAPEX R\$ milhões	4T22	4T21	vs. 4T21	12M22	12M21	vs. 12M21
Operações	0,2	0,2	(5,3%)	1,0	0,7	42,6%
Administrativo	0,1	0,1	5,1%	0,2	0,2	40,4%
TI	4,3	5,9	(27,3%)	16,1	15,7	2,5%
Lojas Físicas	0,4	1,2	(68,6%)	1,7	5,3	(67,4%)
Total de Investimentos	4,9	7,4	(33,1%)	19,0	21,8	(12,9%)
% da receita líquida	2,5%	4,2%	(1,7p.p.)	2,6%	3,9%	(1,3p.p.)

O 4T22 apresentou CAPEX de R\$ 4,9 milhões, uma redução de 33,1% em relação ao 4T21. Essa redução é explicada principalmente por um menor número de lojas físicas inauguradas no período, e, em menor parte, por um ajuste nos investimentos realizado em tecnologia com objetivo de priorizar desenvolvimento de projetos com melhor relação risco x retorno e menor desembolso de caixa.

Anexos

ANEXO I – BALANÇO PATRIMONIAL

Balanço Patrimonial R\$ milhões	2022	2021
Ativo	660,2	624,1
Circulante	343,1	317,2
Caixa e equivalentes de caixa	33,4	30,0
Instrumentos financeiros derivativos	0,8	0,2
Contas a receber de clientes	101	78,2
Ativos relacionados a contrato com clientes	17,5	19,9
Estoques	153,8	145,5
Impostos a recuperar	9,6	4,6
Outros ativos	27	38,8
Não circulante	317,1	306,9
Depósitos judiciais	19,1	7,9
Impostos diferidos	2,9	0
Outros ativos	2,4	2,7
Direito de Uso	21,3	23,4
Imobilizado	16,4	17,3
Intangível	255	255,6
Passivo	475,4	550,7
Circulante	298,9	225,9
Fornecedores	150,5	135,2
Fornecedores (<i>forfaiting</i>)	37,2	12,6
Empréstimos e financiamentos	21,9	23,8
Passivos de arrendamento	6,4	7,3
Instrumentos financeiros derivativos	0,2	0,2
Obrigações sociais e trabalhistas	15,5	17,1
Impostos a recolher	7,3	16,2
Passivos relacionados a contratos com clientes	13,7	6,2
Provisões para contingências	4,8	0,1
Debêntures	36,1	1,5
Outros passivos	5,3	5,7
Não circulante	176,5	324,8
Empréstimos e financiamentos	17,1	17,7
Debêntures	94,1	217,7
Passivos de arrendamento	17,4	18,5
Impostos a Recolher	1,0	2,6
Tributos diferidos	31,9	31,8
Outros passivos	15,0	36,5
Patrimônio líquido	184,8	73,4
Capital social	236,9	105,3
Reserva de capital	6,6	6,6
Ajustes de avaliação patrimonial	0,1	0
Prejuízos acumulados	(58,8)	(38,5)

ANEXO II – DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO

Demonstração do Resultado R\$ milhões	2022	2021	2022 vs. 2021
Receita líquida	730,8	557,8	31,0%
Custo das vendas	(374,3)	(292,4)	28,0%
Lucro bruto	356,5	265,4	34,3%
Receitas (Despesas) Operacionais	(313,9)	(239,1)	31,3%
Despesas com vendas	(166,4)	(123,8)	34,4%
Despesas gerais e administrativas	(137,5)	(107,9)	27,4%
Outros resultados operacionais	(10,0)	(7,4)	35,1%
Lucro (Prejuízo) operacional	42,6	26,3	62,0%
Resultado financeiro líquido	(65,6)	(27,5)	138,5%
Lucro (Prejuízo) antes do IRPJ e CSLL	(23,0)	(1,2)	1816,7%
Imposto de renda e contribuição social	2,6	(2,3)	(213,0%)
Lucro (Prejuízo) do exercício	(20,4)	(3,5)	482,9%



ANEXO III – DEMONSTRAÇÃO DO FLUXO DE CAIXA

Fluxo de Caixa R\$ milhões	2022	2021
Fluxo de caixa das atividades operacionais		
(Prejuízo) antes do imposto de renda e contribuição social	(23,0)	(1,2)
Ajustes para reconciliar o lucro ao fluxo de caixa das atividades operacionais		
Depreciação e amortização	30,7	19,1
Despesas com juros e variações cambiais	49,3	19,9
(Ganhos) perdas com valor justo de ativos financeiros mensurados ao valor justo por meio do resultado	(0,4)	(0,4)
Perdas na baixa de imobilizado e intangível	0,3	0,1
Provisão (Reversão) para devedores duvidosos	1,1	0,6
Reversão para perda nos estoques	0,2	0,2
Provisão (Reversão) para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	4,7	(0,1)
Lucro Líquido Ajustado	62,9	39,0
Variações nos ativos e passivos		
Redução (aumento) de contas a receber	(25,9)	0,8
Redução (aumento) de ativos relacionados a contratos com clientes	2,3	20,1
Redução (aumento) de estoques	(8,5)	(33,0)
Redução (aumento) de impostos a recuperar	(7,9)	15,2
Redução (aumento) de depósitos judiciais	(11,2)	(7,9)
Redução (aumento) de outros ativos	17,9	(7,4)
(Redução) aumento de fornecedores	15,3	16,6
(Redução) aumento fornecedores (forfaiting)	25,4	3,9
(Redução) aumento de passivos relacionados a contratos com clientes	7,5	(20,2)
(Redução) aumento de obrigações trabalhistas e sociais	(1,6)	7,3
(Redução) aumento de impostos a recolher	(4,6)	(9,0)
(Redução) aumento de outros passivos	(5,7)	1,8
Caixa gerado pelas (utilizados nas) operações	65,9	27,2
Juros de empréstimos e financiamentos	(26,1)	(6,7)
Imposto de renda e contribuição social pagos	(3,0)	(2,3)
Caixa líquido gerado pelas (utilizado nas) atividades operacionais	36,8	18,2
Fluxo de caixa das atividades de investimento		
Compras de ativo imobilizado	(3,4)	(7,7)
Compras de ativos intangíveis	(17,2)	(17,4)
Caixa líquido aplicado nas atividades de investimento	(20,6)	(25,1)
Fluxo de caixa das atividades de financiamentos		
Captação de debêntures	0,0	116,6
Captações de empréstimos e financiamentos	2,5	28,4
Amortizações de empréstimos e financiamentos	(4,8)	(51,4)
Amortizações de arrendamentos	(10,7)	(8,7)
Caixa líquido gerado pelas atividades de financiamento	(13,0)	84,9
Aumento (redução) líquido de caixa e equivalentes de caixa	3,2	78,0
Caixa e equivalentes de caixa no início de período	30,0	21,0
Caixa e equivalentes de caixa no final de período	33,4	30,0
Aumento (redução) líquido de caixa e equivalentes de caixa	3,4	9,0
Transação sem efeito caixa		
Contratos de arrendamentos	6,8	13,8
Debêntures conversíveis	0,0	100,0
Outros passivos – Aquisição Cantu	31,9	31,9
Outros passivos – Ajuste Fator II Cantu	21,0	0,0
Debêntures conversíveis – Aumento de capital	111,0	0,0
Outros passivos – Aumento de capital	20,6	0,0
Debêntures conversíveis	6,8	13,8

RELAÇÕES COM INVESTIDORES

Alexandre Magno da Cruz Oliveira Filho

E-mail: ri@wine.com.br

Website: ri.wine.com.br

WINE