

+roma



RELEAS

4T23 e
2023

CALLE DE RESULTADOS

26 de março

11h (BRASÍLIA)

10h (EUA-DST)

WEBCAST:
[Clique aqui](#)

O BÁSICO DO B&B

Rio de Janeiro, 25 de março de 2024

Grupo SOMA divulga resultados do **4T23 e 2023**

No 4T23, Grupo SOMA atingiu Receita Bruta de **R\$ 1,8 bilhão, +9,0%**, o Lucro Bruto ajustado totalizou **R\$ 861,4 milhões, +16,1%** e o EBITDA ajustado foi de **R\$ 238,5 milhões, +13,2%** vs. 4T22.

Em 2023, Grupo SOMA atingiu Receita Bruta de **R\$ 6,2 bilhões, +10,1%**, o Lucro Bruto ajustado totalizou **R\$ 3,1 bilhões, +11,3%** e o EBITDA ajustado foi de **R\$ 809,3 milhões, +10,1%** vs. 2022.

DESTAQUES 4T23 E 2023

GRUPO SOMA

RECEITA BRUTA

4T23

R\$ 1.759,4 MM

+9,0% vs. 4T22

2023

R\$ 6.217,6 MM

+10,1% vs. 2022

LUCRO BRUTO AJUSTADO

4T23

R\$ 861,4 MM¹

+16,1% vs. 4T22

MARGEM BRUTA AJUSTADA: **57,5%**

2023

R\$ 3.081,5 MM

+11,3% vs. 2022

MARGEM BRUTA AJUSTADA: **57,5%**

EBITDA AJUSTADO

4T23

R\$ 238,5 MM²

+13,2% vs. 4T22

MARGEM BRUTA AJUSTADA: **15,9%**

2023

R\$ 809,3 MM²

+10,1% vs. 2022

MARGEM BRUTA AJUSTADA: **15,1%**

GERAÇÃO DE CAIXA

4T23

R\$ 60 MM

LÍQUIDO DE CAPTAÇÕES E AMORTIZAÇÕES

CICLO FINANCEIRO

Melhora do ciclo financeiro (-3 dias vs. 4T22), que reflete a redução de estoques, retornando a níveis saudáveis, reforçando a nossa disciplina financeira

PORTFÓLIO DE MARCAS EX-HERING

RECEITA BRUTA

4T23

R\$ 1.042,8 MM

+12,6% vs. 4T22

2023

R\$ 3.773,0 MM

+13,7% vs. 2022

LUCRO BRUTO

4T23

R\$ 588,8 MM

+20,5% vs. 4T22

MARGEM BRUTA: **66,0%**

2023

R\$ 2.165,1 MM

+12,3% vs. 2022

MARGEM BRUTA: **66,5%**

EXPANSÃO DE LOJAS

4T23

ABERTURA LÍQUIDA

11 lojas

2023

ABERTURA LÍQUIDA

21 lojas

TOTAL

326 lojas

HERING

RECEITA BRUTA

4T23

R\$ 716,7 MM

+4,2% vs. 4T22

2023

R\$ 2.444,7 MM

+4,9% vs. 2022

LUCRO BRUTO AJUSTADO

4T23

R\$ 272,6 MM¹

+7,7% vs. 4T22

MARGEM BRUTA AJUSTADA: **45,0%**

2023

R\$ 916,4 MM

+9,0% vs. 2022

MARGEM BRUTA AJUSTADA: **43,5%**

LOJAS

2023

742 lojas

71 lojas próprias

671 franquias

Deste total, **33 são megalojas**, das quais **13** foram convertidas em 2023, modelo que é uma das principais avenidas de crescimento da marca

¹ No 4T23, o lucro bruto foi ajustado pelo *write-off* de sobra de matérias-primas destinadas a produtos de segunda linha da Hering no montante de R\$ 43,6 milhões, conforme detalhado na seção de conciliação de eventos não recorrentes ajustados ao Lucro Bruto, na página 6.

² Conciliação do EBITDA ajustado e do Lucro líquido ajustado na páginas 6 e 7.

PRINCIPAIS INDICADORES

R\$ Milhões Consolidado	4T23	4T22	4T23 vs. 4T22	2023	2022	2023 vs. 2022
Receita bruta	1.759,4	1.613,9	9,0%	6.217,6	5.649,6	10,1%
SSS ³	8,9%	7,4%	n.a.	7,9%	21,2%	n.a.
Receita líquida	1.498,5	1.357,5	10,4%	5.360,5	4.870,5	10,1%
Lucro bruto	817,8	732,5	11,6%	3.037,9	2.760,1	10,1%
Lucro bruto ajustado⁴	861,4	741,7	16,1%	3.081,5	2.769,3	11,3%
Margem bruta ajustada	57,5%	54,6%	2,9 p.p.	57,5%	56,9%	0,6 p.p.
EBITDA ⁴	(2.725,4)	188,8	n.a.	(2.181,2)	709,0	n.a.
EBITDA ajustado⁴	238,5	210,7	13,2%	809,3	735,4	10,1%
Margem EBITDA ajustada	15,9%	15,5%	0,4 p.p.	15,1%	15,1%	0,0 p.p.
Lucro líquido ⁴	(1.850,3)	72,4	n.a.	(1.617,1)	335,2	n.a.
Lucro líquido ajustado⁴	113,2	99,3	13,9%	370,0	384,0	-3,6%
Margem líquida ajustada	7,6%	7,3%	0,3 p.p.	6,9%	7,9%	-1,0 p.p.

R\$ Milhões Ex-Hering	4T23	4T22	4T23 vs. 4T22	2023	2022	2023 vs. 2022
Receita bruta	1.042,8	926,4	12,6%	3.773,0	3.319,2	13,7%
SSS ³	6,2%	9,4%	n.a.	7,7%	19,5%	n.a.
Receita líquida	892,3	767,4	16,3%	3.255,6	2.865,6	13,6%
Lucro bruto	588,8	488,6	20,5%	2.165,1	1.928,3	12,3%
Margem bruta	66,0%	63,7%	2,3 p.p.	66,5%	67,3%	-0,8 p.p.

R\$ Milhões Hering	4T23	4T22	4T23 vs. 4T22	2023	2022	2023 vs. 2022
Receita bruta	716,7	687,5	4,2%	2.444,7	2.330,4	4,9%
SSS ³	11,5%	6,2%	n.a.	8,0%	23,4%	n.a.
Receita líquida	606,2	590,1	2,7%	2.104,9	2.004,9	5,0%
Lucro bruto ajustado⁴	272,6	253,1	7,7%	916,4	841,0	9,0%
Margem bruta ajustada	45,0%	42,9%	2,1 p.p.	43,5%	41,9%	1,6 p.p.

³ Same Store Sales considera o sell-out de franquias.

⁴ Conciliação do Lucro bruto ajustado, EBITDA ajustado e Lucro líquido ajustado nas páginas 6 e 7.

Conciliação de eventos não recorrentes ajustados ao Lucro Bruto, ao EBITDA e ao Lucro Líquido

R\$ Milhões	Impacto	4T23	4T22	2023	2022
Conciliação do Lucro Bruto ajustado	(DRE)				
Lucro bruto	Linha	817,8	732,5	3.037,9	2.760,1
Ajuste a valor presente (AVP) Hering ⁵	CMV	0,0	9,2	0,0	9,2
Write-off ⁶	CMV	43,6	0,0	43,6	0,0
Lucro bruto ajustado		861,4	741,7	3.081,5	2.769,3

R\$ Milhões	Impacto	4T23	4T22	2023	2022
Conciliação do EBITDA ajustado	(DRE)				
EBITDA	Linha	(2.725,4)	188,8	(2.181,2)	709,0
Ajuste a valor presente (AVP) Hering ⁵	CMV	0,0	9,2	0,0	9,2
Write-off ⁶	CMV	43,6	0,0	43,6	0,0
Provisão de <i>chargeback</i> ⁷	Despesas (SG&A/Outras)	0,0	4,2	0,0	0,0
Provisão de contingência judicial ⁸	Despesas (SG&A/Outras)	0,0	4,9	0,0	4,9
Banco Santos ⁹	Despesas (SG&A/Outras)	(112,0)	0,0	(112,0)	0,0
ILP ¹⁰	Despesas (Outras despesas)	8,7	3,6	27,3	12,3
Encerramento da unidade de Paraúna ¹¹	Despesas (Outras despesas)	0,0	0,0	8,1	0,0
Provisão DIFAL ¹²	Despesas (Outras despesas)	71,4	0,0	71,4	0,0
Perda por <i>Impairment</i> ¹³	Despesas (Perda por <i>impairment</i>)	2.952,1	0,0	2.952,1	0,0
EBITDA ajustado		238,5	210,7	809,3	735,4

⁵ Ajuste devido à unificação de práticas contábeis do Grupo relacionadas à contabilização do AVP de fornecedores, que passou a ser feito pelo giro dos produtos no estoque no 4T22 e não mais sobre a compra da matéria-prima. Essa mudança teve impacto negativo de R\$ 9,2 milhões no 4T22, que foi ajustado ao lucro bruto para fins de comparação com os 9 meses anteriores de 2022 e 4T21.

⁶ No 4T23, o lucro bruto foi ajustado pelo *write-off* de sobra de matérias-primas destinadas a produtos de segunda linha da Hering no montante de R\$ 43,6 milhões, conforme explicado nos Comentários da Administração, na página 15.

⁷ Provisão extraordinária relacionada ao processo de contestação de vendas no *e-commerce* ("*chargeback*") referentes a períodos anteriores ao 4T22.

⁸ Provisões extraordinárias, sem efeito caixa, referentes a contingência trabalhista no 4T22.

⁹ Reversão de provisões contábeis referentes a processos da Hering contra a Massa Falida do Banco Santos. No dia 25 de outubro de 2023, encerrou-se qualquer prazo para recurso à decisão que homologou o acordo entre a controlada Hering e a Massa Falida do Banco Santos e no dia 30 de outubro de 2023, foi expedido o documento certificando o trânsito em julgado da decisão, revertendo-se as devidas provisões contábeis realizadas para o tema.

¹⁰ Despesa referente ao reconhecimento mensal do Plano de Incentivo de Longo Prazo (ILP).

¹¹ Desmobilização da unidade de Paraúna, que era responsável por parte do processo de talharia da Hering (malha e tecido). Reclssificada para a linha de "Outras Despesas" neste relatório.

¹² Provisão para pagamento de DIFAL referente a 2022, em decorrência do julgamento pelo STF no dia 29 de novembro de 2023 das ADI's 7066, 7070 e 7078, nas quais, por maioria, decidiu-se apenas pela aplicação da anterioridade nonagesimal.

¹³ *Impairment* da Hering: impacto contábil, não caixa, no montante de R\$ 2.952,1 milhões (R\$ 1.948,4 milhões líquido de imposto), referente ao teste de recuperabilidade do *goodwill* (teste de *impairment*) registrado na aquisição da Cia. Hering. O principal ponto que ocasionou o *impairment* foi a aprovação da Lei nº 14.789 em 29 de dezembro de 2023, uma vez que as subvenções para investimentos deverão entrar na base de cálculo de tributos como o Imposto sobre a Renda da Pessoa Jurídica (IRPJ), a Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL), o PIS e COFINS a partir de 1º janeiro de 2024 e a aprovação da Reforma Tributária, através da Emenda Constitucional nº 132/2023, que extingue o Benefício Fiscal a partir de 2033.

R\$ Milhões	Impacto				
Conciliação do lucro líquido ajustado	(DRE)	4T23	4T22	2023	2022
EBITDA	Linha	(2.725,4)	188,8	(2.181,2)	709,0
D&A		(75,5)	(79,7)	(305,0)	(262,1)
Resultado financeiro		(58,9)	(56,3)	(214,0)	(163,4)
IR/CSLL		1.009,5	19,6	1.083,1	51,7
Lucro líquido		(1.850,3)	72,4	(1.617,1)	335,2
Ajustes ao EBITDA		2.963,8	21,9	2.990,5	26,4
Mais-valia Hering ¹⁴	D&A	11,0	18,8	44,0	47,5
Atualização monetária sobre indébito tributário ¹⁵	Resultado financeiro	0,0	0,0	(15,7)	0,0
IR/CSLL sobre ajustes	IR/CSLL	(1.011,4)	(13,8)	(1.031,7)	(25,1)
Lucro líquido ajustado		113,2	99,3	370,0	384,0

¹⁴ Impacto de valores justos CPC15/IFRS3 – combinação de negócios.

¹⁵ Ajuste de R\$ 15,7 milhões referente à atualização monetária de indébito tributário com impacto na linha de resultado financeiro, que ao ser ajustado totalizou R\$ 55,5 milhões no 3T23 vs. R\$ 49,0 milhões no 3T22.

COMENTÁRIOS DA ADMINISTRAÇÃO



O Grupo SOMA atingiu receita bruta de **R\$ 6,2 bilhões** em 2023, alta de **10%** vs. 2022. A margem bruta ajustada alcançou **57,5%**. No ano, o EBITDA ajustado totalizou **R\$ 809 milhões**, com margem EBITDA ajustada de **15,1%**. O lucro líquido ajustado totalizou **R\$ 370 milhões** e a margem líquida foi de **6,9%**.

Encerramos o ano com **1.068 lojas** (**378** lojas próprias e **690** franquias), e uma base ativa de **5,9 milhões** de clientes, crescimento de **7,8%** na comparação com o 4T22. No canal de atacado, encerramos o ano com cerca de **14 mil** multimarcas.

Analisando a receita bruta em 2023, todas as marcas e canais apresentaram cresci-

mento de vendas vs. o mesmo período do ano anterior. Na análise da performance entre os canais, nosso DTC cresceu **11%** frente à forte base de comparação de 2022, atingindo receita de **R\$ 3,5 bilhões** e um *share* de **56%** da receita bruta total. Conforme antecipado na divulgação de resultados de 2022, de acordo com a nossa expectativa para o ano, o atacado foi o canal com maior crescimento, atingindo uma receita de **R\$ 1,9 bilhão**, alta de **13%** vs. 2022 e participação de **31%** na receita bruta total (**+1 p.p.** vs. 2022). A Companhia segue com forte ganho de *market share* neste canal, decorrente de uma boa qualidade de entrega e manutenção do *sell-out*, mesmo com a piora do cenário macroeconômico que atinge diretamente as multimarcas.



Durante o ano de 2023, mesmo frente à forte base de comparação de 2022, novamente todas as marcas do grupo, sem exceção e independente do tamanho e grau de maturidade, apresentaram crescimento, provando que o modelo de plataforma aceleradora de marcas tem funcionado com eficiência, entregando um CAGR ex-Hering de 25% no período de 2019-2023.

No que diz respeito às marcas, novamente a FARM foi destaque de crescimento, atingindo receita bruta recorde de **R\$ 1,3 bilhão** em 2023, alta de **13%** vs. 2022, mesmo frente à forte base de comparação de 2022 (CAGR 4Y¹⁶ de **21%**). A marca segue expandindo sua

base ativa de clientes, com alta de **9%** vs. 2022, e já ultrapassou a marca dos **900 mil** clientes, indicando contínuo ganho de *market share*. Em 2023, seguimos com nosso plano de expansão física, abrimos **15 lojas**, sendo **8** lojas no 4T23, e encerramos o ano com um total de **104 lojas**, que, em sua maioria, possuem incentivos de *allowance* e menores custos de ocupação. Considerando o tamanho do mercado em que atua, nosso entendimento é que a marca possa atingir **150 lojas** em 2 ou 3 anos. A presença da marca em novas localidades no Brasil amplia seu alcance, expande a base de clientes e cria oportunidades de crescimento no *e-commerce* e de abertura de novas multimarcas.

¹⁶ CAGR 4Y: taxa de crescimento nominal anual composta.



A operação internacional da FARM, a FARM Global, que é um dos principais vetores de crescimento da Companhia, encerrou o ano com receita bruta de **USD 117 milhões**, alta de **24%** vs. 2022. A base ativa de clientes também segue crescendo e atingiu mais de **190 mil** clientes, crescimento de **30%** frente ao ano anterior. O canal de atacado nos EUA atingiu alto giro no *sell-out* nas lojas de departamento, colocando a FARM mais uma vez entre as marcas mais desejadas. No entanto, dado o histórico recente de excesso de estocagem nas lojas de departamento, as *buyers* tiveram em 2023 um *budget* de compra global mais restrito, com pouco espaço para reposições *in-season*, fazendo com que o crescimento *sell-in* deste canal fosse mais moderado (**+14%** em USD vs. 2022). Já o varejo físico, segue com boa tendência de crescimento, atingindo um SSS de **17%** em 2023. Na Europa, a FARM ampliou sua capilaridade em 2023. Em

fev/23, a marca abriu **8 corners** na Rinascente, em Milão, e abriu *concessions* na Printemps e Samaritaine. No 2T23, além da *pop-up* permanente no Le Bon Marché, a FARM voltou ao espaço de 200 m², que trouxe notoriedade e abriu as portas em 2022 para a marca na Europa. Em setembro de 2023, a FARM Global inaugurou seu espaço permanente na Liberty, que contou com ativações de destaque na mídia, entre elas a instalação das vitrines e a montagem de uma árvore no átrio central da loja. Ao final de dezembro, abrimos a loja de Londres, trazendo uma *flagship* para a cidade, que hoje já representa o segundo maior faturamento do canal digital. Os volumes de investimentos em marketing foram relevantes em 2023, bem como algumas despesas não recorrentes, que são naturais nessa fase inicial, e fizeram com que a operação europeia não atingisse seu *break-even*, o que deve acontecer em 2024.



A **Animale** registrou um crescimento de **9%** na receita bruta em relação a 2022 (CAGR 4Y¹⁶ de **10%**). Uma marca de sucesso e com foco em sua perenidade precisa estar sempre em movimento, explorando oportunidades de crescimento, atualizando produtos e antecipando tendências. A reestruturação e o reposicionamento trouxeram incremento nas vendas em algumas praças, especialmente em São Paulo, que é um mercado-chave para a marca. No entanto, houve um desafio em relação às vendas no Rio de Janeiro e na região Nordeste, que ficaram abaixo do planejado em 2023. Para ajustar essa questão, em 2024, com a volta da Diretora de Estilo Izabel Yunes, a marca acelerou sua transformação cultural, centralizando a área criativa de estilo sob uma única liderança. Essa estratégia visa resgatar o DNA da marca e ativar a base de clientes fiel à Animale.

No que diz respeito à **NV** (CAGR 4Y¹⁶ de **45%**), a receita bruta cresceu **12%** em 2023. Foi um ano de reestruturação operacional da marca, em que migramos a sua cadeia de fornecimento para uma cadeia capaz de sustentar seu crescimento e ajustamos todo o seu calendário criativo. Em 2023, a NV operou com recebimento dos produtos fora do prazo de lançamento das coleções, que a levaram a períodos de demarcação e liquidação mais longos do que os observados nos anos anteriores. Entretanto, ao final do ano, a marca já alcançou uma melhora operacional importante, que repercutirá positivamente nos resultados de 2024. Em fevereiro de 2024, a marca já atingiu uma cobertura de **2,7x**, um nível mais adequado e que possibilita uma melhor performance de venda e de margem nas coleções. Foram abertas duas novas lojas em dezembro de 2023 e a marca seguirá ampliando seu *footprint* de acordo com sua evolução operacional.

¹⁶ CAGR 4Y: taxa de crescimento nominal anual composta.



A **Maria Filó** (CAGR 4Y¹⁶ de **1,2%**), que passou por uma sucessão criativa em 2022, recebeu, a partir de julho de 2023, as primeiras coleções da nova equipe (Verão e Alto Verão). Considerando o segundo semestre de 2023, a receita bruta da Maria Filó cresceu **25%** na comparação com o mesmo período do ano anterior, com forte aumento do *mark-up* e alcançando um dos maiores crescimentos entre as marcas da Companhia vs. 2S22. Em 2023, a marca cresceu **13%** em relação a 2022, sem adição líquida de lojas. Em 2024, planejamos a abertura de pelo menos **5** novas lojas e a reforma de outras **5** lojas.

A **Cris Barros** fecha mais um ano em um ciclo extremamente virtuoso, entregando ótimas coleções de forma recorrente, com forte geração de desejo e alcançando crescimento de duplo dígito alto. A receita bruta da marca cresceu **42%** em 2023 (CAGR 4Y¹⁶ de **13%**), atingindo **R\$ 170,9 milhões**.

A **Foxton** registrou alta de **25%** na sua receita bruta de 2023 (CAGR 4Y¹⁶ de **35%**). Após mudanças no time interno de estilo e comunicação com o objetivo de acelerar seu crescimento, a marca chegou ao final de 2023 com **32** lojas físicas e um *share* ainda pequeno de receita no canal digital e no atacado, frente ao seu enorme potencial de mercado.

¹⁶ CAGR 4Y: taxa de crescimento nominal anual composta.

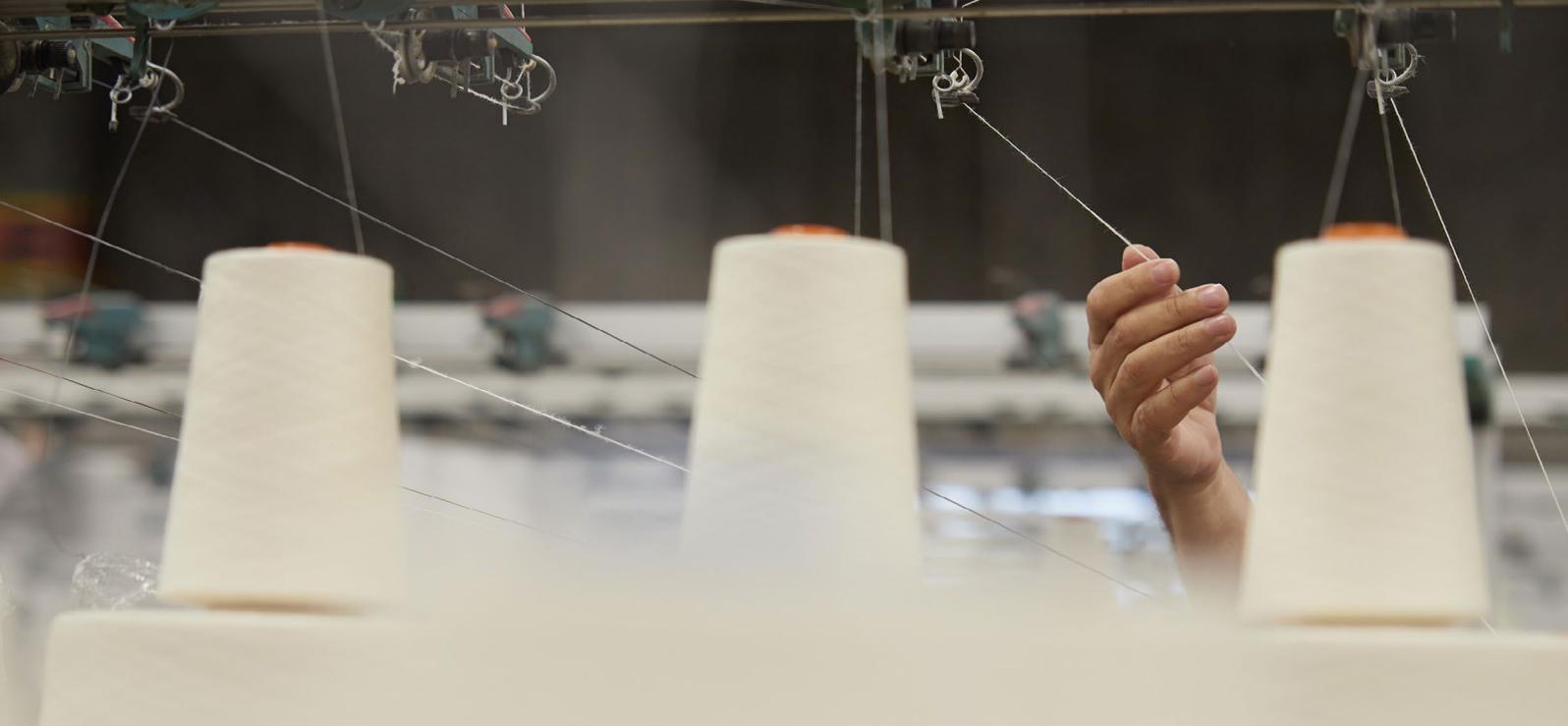


A receita bruta da **Hering** cresceu **5%** no ano em comparação a 2022 (CAGR 4Y¹⁶ de **8%**). Os canais próprios cresceram **12%**, com lojas próprias crescendo **13%** e digital crescendo **11%**. Já os canais B2B cresceram **2%** – composto pelo atacado, que teve alta de **4%**, e pelas franquias, que caíram **1%** vs. o mesmo período do ano anterior. O baixo crescimento dos canais B2B é explicado pela postura conservadora na compra nos *showrooms* por parte de franqueados e multimarcas, que acaba por repercutir em uma performance inferior à obtida pelos canais próprios no *sell-out*, devido à menor cobertura de estoques, principalmente dos itens de

topo de pirâmide. No *sell-out*, enquanto os canais próprios registraram crescimento de **12%** vs. o ano passado, as franquias apresentaram um crescimento de **7%** na comparação com 2022. Apesar desta dispersão entre lojas próprias e *sell-out* das franquias, quando consideramos os resultados das megalojas, que são uma das principais avenidas de crescimento da marca, enxergamos excelentes resultados, com importante diluição de despesas e aumento de rentabilidade no modelo para ambos os canais. Encerramos o ano com **33 megas** e, para 2024, nossa estimativa é abrir de **18 a 25 megas** entre lojas próprias e franquias.

¹⁶ CAGR 4Y: taxa de crescimento nominal anual composta.





Projeto de Eficiência da Indústria da Hering

Vale destacar o projeto realizado na Indústria da Hering, que foi fundamental para identificar oportunidades de eficiência e melhorias na estrutura de produção. A conclusão do projeto ressaltou a Indústria como uma grande fortaleza da Hering, entregando ROIC e margem saudáveis. Durante esse período, capturamos eficiências por meio de melhorias no fluxo da cadeia e na estrutura de produção, incluindo o encerramento da unidade de Paraúna no 2T23, gerando uma redistribuição das operações para as unidades de Goianésia e Blumenau. Esse movimento resultou em redução de custo fixo, ganho de eficiência e melhora do *lead-time* na logística.

Além disso, ao longo do projeto, recebemos uma análise detalhada do ROIC por SKU, indicando os produtos que a fábrica deve focar na sua produção para maximizar sua rentabilidade. Nesse contexto, identificamos que algumas sobras de matérias-primas do período da pandemia que vinham sendo usadas para a fabricação de produtos de segunda linha, como *Made For Outlet - MFO*, já

não justificavam mais sua produção, por serem detratores de margem e ROIC para a indústria. Avaliamos que a forma mais eficiente de capturarmos o melhor da nossa indústria se daria por uma alienação acelerada ou descarte dessa matéria-prima no montante de **R\$ 43,6 milhões** no trimestre, abrindo espaço físico e permitindo o foco integral nos artigos com maiores ROIC.

Para demonstrar nossa capacidade de contínua evolução da margem bruta da Hering em 2024, já no 1T24, ganharemos cerca de **(+2,4 p.p. - +3,4 p.p.)**, com uma margem esperada de **44% a 45%** no período.

Por fim, no 1T24, foi realizado um piloto que produziu as primeiras camisetas da Foxton e algumas peças para a FARM na Indústria da Hering. Esses produtos foram entregues ao Centro de Distribuição do Rio de Janeiro em 1º de março de 2024, marcando uma nova e importante etapa desse projeto, demonstrando a viabilidade e o progresso das iniciativas empreendidas.

Ao longo de 2023, vendo um cenário mais adverso, priorizamos e mantivemos nossa disciplina de caixa e realizamos ajustes nos níveis de estoques para garantir a saúde financeira de cada marca e alinhá-las às suas expectativas de crescimento sustentável. Essa abordagem é crucial para garantir a eficiência operacional e o desempenho financeiro a longo prazo. Como parte desse esforço, a empresa conseguiu reduzir o prazo médio de estoques, com forte evolução vs. trimestres anteriores, e com uma melhora do ciclo financeiro de **3 dias** frente à comparação com mesmo período do ano anterior.

Comunicamos orgulhosamente três conquistas recentes da Companhia na esfera ESG. Em outubro de 2023, o Grupo SOMA foi certificado como **Empresa B**,

selo internacional que avalia organizações comprometidas em gerar resultados positivos, tanto do ponto de vista econômico quanto ambiental e social. No âmbito da Gestão de Mudanças Climáticas, permanecemos na carteira do **Índice Carbono Eficiente (ICO2 B3)** e evoluímos nossa nota do **CDP** (Carbon Disclosure Project) de B para A-, no ano base de 2023 – o que nos coloca no nível de “liderança” no tema. Em 2 de janeiro de 2024, o Grupo SOMA passou a integrar a carteira do **Índice de Sustentabilidade Empresarial da B3 (ISE)**, que reúne 78 companhias reconhecidas pelas melhores práticas de sustentabilidade. Essas conquistas reforçam o nosso compromisso com os mais altos padrões de desempenho ESG e em sermos uma empresa melhor para as pessoas e para o planeta.



Ao final deste ano desafiador, celebramos os resultados positivos alcançados, refletindo nosso potencial ilimitado quando trabalhamos com dedicação e paixão. Estes resultados são testemunho do nosso compromisso e capacidade de nos adaptarmos diante das adversidades. Nada disso seria possível sem o comprometimento e engajamento dos nossos mais de 14 mil colaboradores: a vocês, o nosso muito obrigado! Agradecemos também a contribuição de todos os demais *stakeholders*: franqueados, multimarcas, fornecedores, acionistas, clientes e demais parceiros de negócios que seguem juntos nessa jornada de crescimento. Nos preparamos para 2024, levando conosco as lições aprendidas e a confiança de que, não importa o que o futuro nos reserve, estamos equipados para enfrentá-lo e para continuar alcançando resultados ainda melhores.

Por fim, iniciamos 2024 com acontecimentos importantes, que corroboram

para uma jornada de crescimento e fortalecimento da nossa Companhia. Em fevereiro de 2024, divulgamos ao mercado o Acordo de Associação entre o Grupo SOMA e a Arezzo&Co, em uma transação histórica para o setor de varejo de moda do Brasil. O surgimento dessa nova empresa trará grandes oportunidades de geração de valor adicional, tais como: desenvolvimento das categorias de calçados e bolsas nas marcas do Grupo SOMA; otimização da gestão dos canais de multimarcas, *e-commerce* e, principalmente, franquias; otimização da planta industrial de malharia da Hering; e a preparação dessa nova empresa para plugar outras verticais de negócio. A transação, que já foi aprovada pelos Conselhos de Administração de ambas as Companhias, ainda está pendente de aprovação pelo Conselho de Defesa Econômica (CADE) e por seus respectivos acionistas, em Assembleias Gerais Extraordinárias, que serão convocadas em momento oportuno.



NOSSAS **MARCAS,**
NOSSOS PILARES



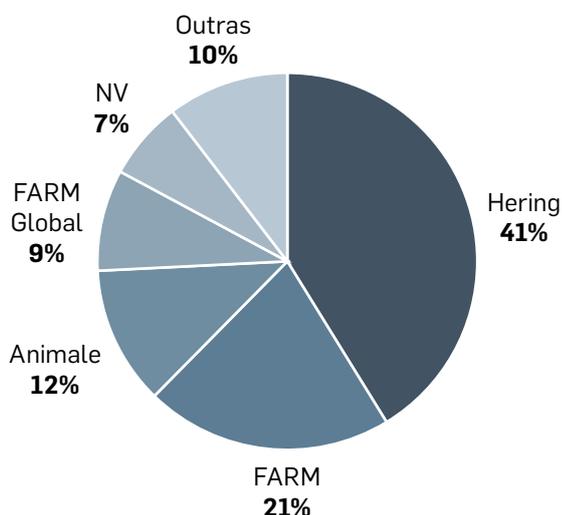
DZARM

R\$ Milhões			4T23	4T22	4T23	2023	2022	2023
Receita bruta por marca					vs. 4T22			vs. 2022
Animale	187,0	169,7	10,2%	727,0	670,1	8,5%		
Cris Barros	46,4	34,2	35,7%	170,9	120,4	41,9%		
Fábula	34,4	34,5	-0,3%	112,6	104,6	7,6%		
FARM	395,8	357,4	10,7%	1.343,0	1.191,7	12,7%		
Foxton	50,4	39,7	27,0%	130,4	104,6	24,7%		
Maria Filó	65,2	51,5	26,6%	218,1	193,4	12,8%		
NV	97,6	95,8	1,9%	425,4	381,4	11,5%		
Off Premium	25,9	17,5	48,0%	65,1	62,1	4,8%		
Subtotal Brasil (ex-Hering)	902,7	800,3	12,8%	3.192,5	2.828,3	12,9%		
FARM Global ¹⁷	140,1	126,1	11,1%	580,5	490,9	18,2%		
Subtotal (ex-Hering)	1.042,8	926,4	12,6%	3.773,0	3.319,2	13,7%		
Hering ¹⁸	716,7	687,5	4,2%	2.444,7	2.330,4	4,9%		
Total	1.759,4	1.613,9	9,0%	6.217,6	5.649,6	10,1%		

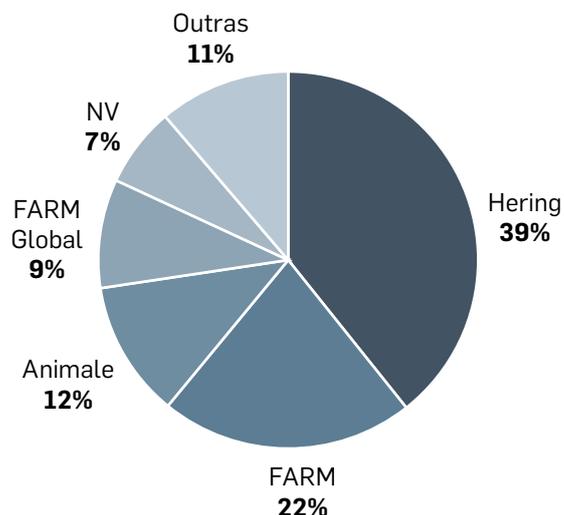
¹⁷ A Receita da FARM Global no 4T23 foi de USD 28,3 milhões, crescimento de 18,8% vs. o 4T22. Em 2023, a marca alcançou uma receita bruta de USD 116,9 milhões, alta de 23,7% vs. 2022.

¹⁸ Receita total da Hering, que considera Hering, Hering Kids, Hering Intimates, Hering Sports e Dzarm.

Receita bruta por marca 2022 (%)



Receita bruta por marca 2023 (%)



FARM

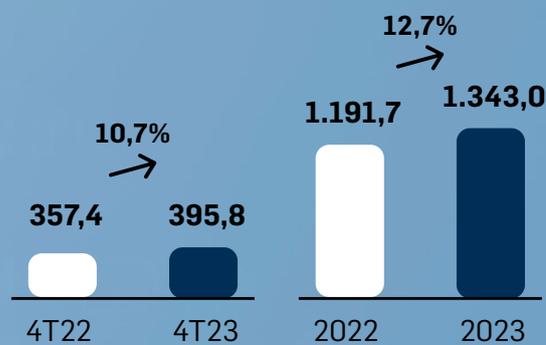
Em 2023, a FARM apresentou uma receita bruta de **R\$ 1.343,0 milhões**, crescimento de **12,7%** vs. a forte base comparativa de 2022 (+**32,6%** vs. 2021). No 4T23, a marca registrou alta de **10,7%** na comparação com o mesmo período do ano anterior, totalizando uma receita bruta de **R\$ 395,8 milhões**.

Em mais um trimestre, a FARM apresentou forte crescimento em sua base ativa de clientes, totalizando **906 mil** clientes, crescimento de **9,4%** na comparação com o ano anterior.

A marca encerrou o trimestre com **104 lojas** espalhadas pelo país, tendo inaugurado **8** lojas novas no 4T23. Desta-

ca-se também a abertura, em dezembro, de **2** lojas *pop-up* da linha Me Leva, linha de acessórios da FARM, sendo uma em Belo Horizonte e a outra em Campinas. A FARM segue sendo uma marca de alta geração de desejo e apresentando alto potencial de crescimento frente a seu mercado endereçável.

Receita Bruta (R\$ mm)



FARM GLOBAL

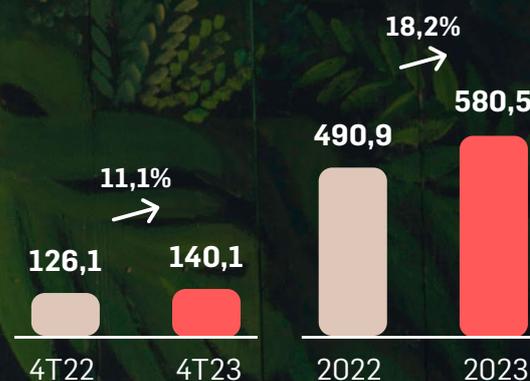
No 4T23, a FARM Global atingiu uma receita bruta de **R\$ 140,1 milhões**, alta de **11,1%** em BRL (+**18,8%** em USD) vs. 4T22. Em 2023, a marca atingiu uma receita bruta de **R\$ 580,5 milhões**, crescimento de **18,2%**. Em USD, a receita bruta totalizou **USD 116,9 milhões** em 2023, alta de **23,7%** na comparação com o ano anterior.

A base ativa de clientes da FARM Global alcançou a marca de **193 mil** clientes, expansão de **30,1%** vs. 4T22, sendo que

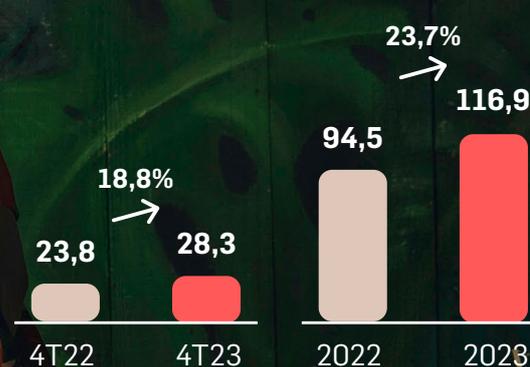
94,8% dos clientes fizeram compras no canal digital.

Com a abertura da *flagship* de Londres em 22 de dezembro de 2023, a FARM Global encerrou o ano com **4 lojas** próprias. As outras lojas da marca ficam nos EUA: em Nova York (Soho), Miami (Aventura Mall) e Venice Beach. No 1S24, o *pipeline* inclui **4 lojas** nos EUA – uma na Melrose Avenue em Los Angeles, uma na cidade de Washington e duas em Nova York, sendo uma no Brooklyn e a outra no Upper East Side – e **uma loja** em Paris, além de franquias em Mikonos (Grécia) e Dubai (Emirados Árabes Unidos).

Receita Bruta (R\$ mm)



Receita Bruta (USD mm)



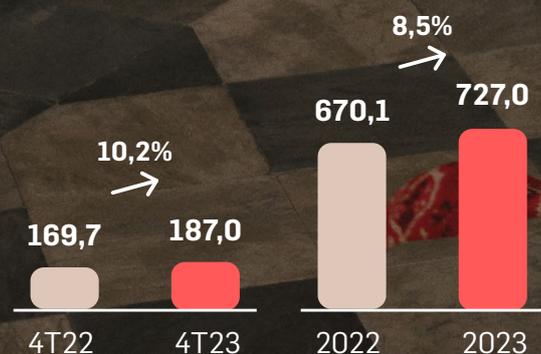
ANIMALE

No 4T23, a Animale apresentou receita bruta de **R\$ 187,0 milhões**, crescimento de **10,2%** vs. 4T22. Em 2023, a marca registrou receita bruta de **R\$ 727,0 milhões**, alta de **8,5%** em relação a 2022.

No 4T23, o canal digital foi o que apresentou maior crescimento em relação ao mesmo período de 2022, ampliando seu *share* na receita total da marca.

A Animale encerrou o ano com **70 lojas**, após inauguração de uma nova loja em Fortaleza no mês de novembro.

Receita Bruta (R\$ mm)



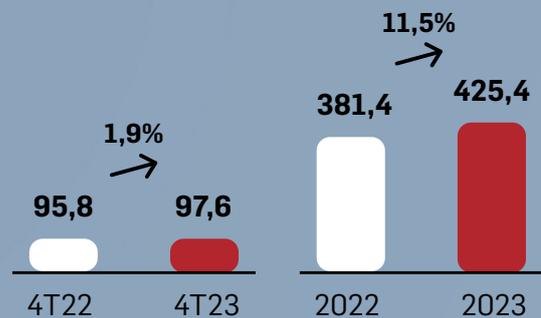
NV

A NV encerrou o trimestre com uma receita bruta de **R\$ 97,6 milhões, +1,9%** vs. 4T22. No acumulado do ano, a marca atingiu uma receita bruta de **R\$ 425,4 milhões**, crescimento de **11,5%** vs. 2022.

A NV segue expandindo sua base ativa de clientes, com um aumento de **11,2%** vs. 4T22, com destaque para o crescimento de clientes do varejo físico. A marca possui um giro de coleção muito forte e, os produtos que chegam no prazo, apresentam o maior giro a preço cheio entre as marcas do Grupo. Por problemas enfrentados na cadeia, operamos em 2023 com níveis de estoques e recebimentos fora dos padrões ideais, o que pressionou a margem da marca. Para 2024, já esperamos entrar nas coleções de Inverno com maior adequação.

Em dezembro de 2023, foram inauguradas duas lojas, em Cuiabá (MS) e Ribeirão Preto (SP), que vão operar durante o ano completo de 2024 e se somarão às três novas aberturas previstas para 2024.

Receita Bruta (R\$ mm)



CRIS BARROS

A Cris Barros vem sendo um destaque de crescimento sólido nos últimos dois anos. No 4T23, a marca apresentou receita bruta recorde de **R\$ 46,4 milhões**, crescimento de **35,7%** na comparação com o 4T22. No ano, a receita bruta foi

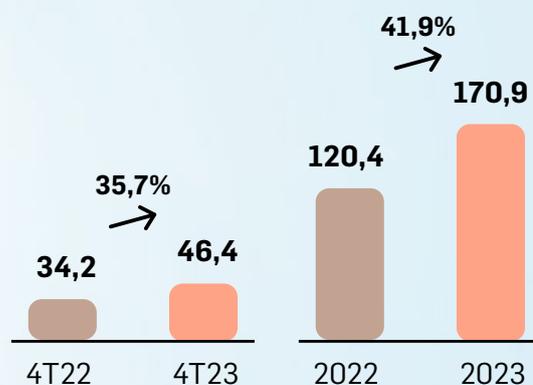
de **R\$ 170,9 milhões**, alta de **41,9%** vs. o ano anterior.

Todos os canais da marca apresentaram forte crescimento tanto no ano quanto no trimestre. Apesar do forte caráter relacional da marca, que está muito ancorada no varejo físico, destaca-se o ganho contínuo de representatividade do canal digital.

A Cris Barros, que permanece por mais um trimestre em um ciclo virtuoso e de boas coleções, registrou expansão de **16,5%** em sua base ativa de clientes vs. 4T22 e SSS de **39,1%** no 4T23.



Receita Bruta (R\$ mm)



MARIA FILÓ

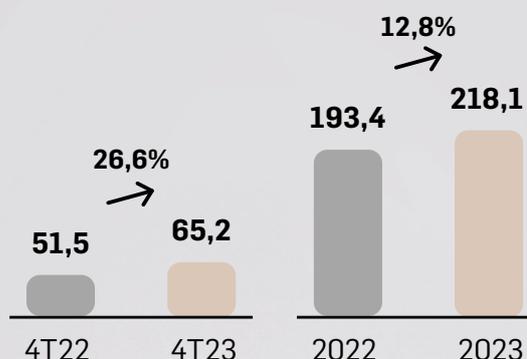
No 4T23, a Maria Filó apresentou receita bruta de **R\$ 65,2 milhões**, ganho de **26,6%** na comparação com o mesmo período do ano anterior. A marca encerrou o ano com uma receita bruta de **R\$ 218,1 milhões**, crescimento de **12,8%** vs. 2022.

O resultado positivo do trimestre é reflexo do novo momento da marca, que passou recentemente por um processo de revitalização e está com um novo perfil de produto, imagem, comunicação e experiência.

Vale lembrar que o 4T23 é o primeiro trimestre a capturar inteiramente os resultados da nova fase da Maria Filó, dado que a primeira coleção preparada pelo novo time criativo da marca chegou às lojas em 20 de julho de 2023, o que nos deixa muito otimistas com o futuro da marca.

O ano encerrou com **55 lojas**, sendo **36** próprias e **19** franquias. Em dezembro de 2023, foi inaugurada uma nova loja, em Ipanema, sendo a segunda loja sob o novo projeto arquitetônico da marca.

Receita Bruta (R\$ mm)



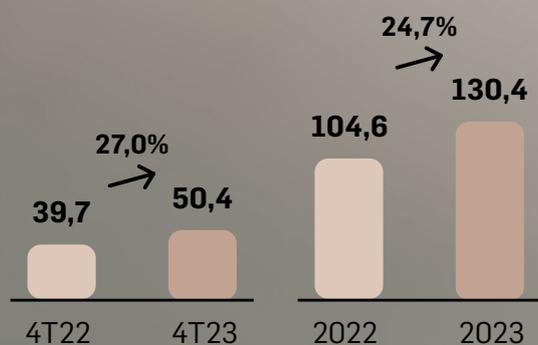
FOXTON

Por mais um trimestre a Foxtton entregou sólido crescimento no mercado de moda masculina. No 4T23, a receita bruta foi de **R\$ 50,4 milhões**, alta de **27,0%** na comparação com o 4T22. Em 2023, a marca alcançou uma receita bruta de **R\$ 130,4 milhões** (+24,7% vs. 2022).

Além do crescimento do varejo físico, canal no qual a marca está ancorada, destaca-se o crescimento de **116,7%** do canal digital vs. o 4T22, canal ainda subpenetrado frente a seu potencial.

A marca encerrou o trimestre com **32 lojas** e registrou SSS de **19,7%** no 4T23.

Receita Bruta (R\$ mm)

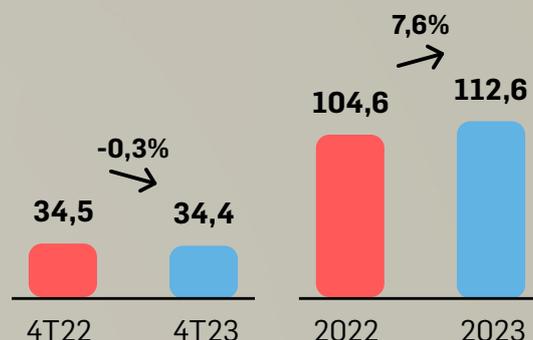


FÁBULA

A Fábula totalizou receita bruta de **R\$ 34,4 milhões** no 4T23, estável em relação ao mesmo período do ano anterior (**-0,3%** vs. 4T22). No ano, a marca apresentou receita bruta de **R\$ 112,6 milhões**, crescimento de **7,6%** em relação a 2022.

A marca encerrou o ano com **20 lojas** e seguiu expandindo a sua base ativa de clientes, que atingiu **130 mil** pessoas, crescimento de **9,4%** vs. 4T22.

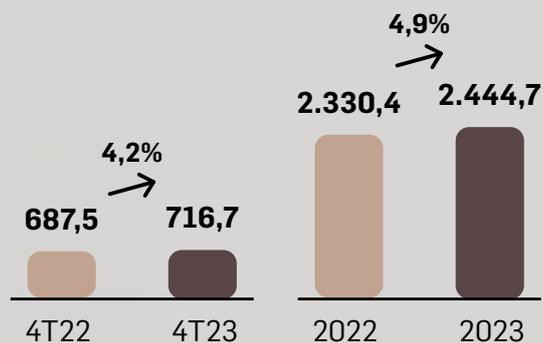
Receita Bruta (R\$ mm)



HERING

No 4T23, a Hering alcançou receita bruta de **R\$ 716,7 milhões**, alta de **4,2%** vs. o 4T22. Em 2023, a marca registrou uma receita bruta de **R\$ 2.444,7 milhões**, crescimento de **4,9%** vs. 2022.

Receita Bruta (R\$ mm)



Receita Bruta por Canal – Hering

R\$ Milhões						
Receita bruta por canal						
Hering	4T23	4T22	4T23 vs. 4T22	2023	2022	2023 vs. 2022
Receita total	716,6	687,5	4,2%	2.444,7	2.330,4	4,9%
Canais próprios	287,0	239,3	19,9%	821,9	731,8	12,3%
Físico (loja própria)	193,4	163,8	18,1%	521,6	461,8	13,0%
Digital	93,6	75,5	23,9%	300,3	270,0	11,2%
Sell-in	429,6	448,2	-4,1%	1.622,8	1.598,6	1,5%
Atacado	192,7	201,1	-4,2%	828,4	799,3	3,6%
Franquia	236,9	247,1	-4,1%	794,4	799,3	-0,6%
Sell-out						
Hering	4T23	4T22	4T23 vs. 4T22	2023	2022	2023 vs. 2022
Sell-out total¹⁹	849,4	765,5	11,0%	2.389,5	2.202,3	8,5%
Físico (loja própria)	193,4	163,8	18,1%	521,6	461,8	13,0%
Digital	93,6	75,5	23,9%	300,3	270,0	11,2%
Sell-out franquia ²⁰	562,4	526,2	6,9%	1.567,6	1.470,5	6,6%

¹⁹ Sell-out total é composto pelo somatório das receitas do varejo (físico + digital) e do sell-out das franquias.

²⁰ Sell-out das franquias é a venda das franquias para o cliente final.

Destaca-se o crescimento de **19,9%** dos **canais próprios** da Hering vs. 4T22, que, de forma consolidada, atingiram uma receita bruta de **R\$ 287,0 milhões**. O **digital** foi o canal de maior crescimento no trimestre (**+23,9%** vs. 4T22). Esse canal, que tinha um caráter mais promocional no passado, cresceu sua receita e sua rentabilidade, com o aumento da venda de produtos do topo da pirâmide, aumento do giro a preço cheio e redução de *ad cost*. A receita bruta de **lojas próprias** cresceu **18,1%** vs. 4T22, com boa gestão do calendário, ativações comerciais, fluxo contínuo de novos produtos, boa execução em loja e conversões de Hering stores em megalojas. Nossas análises apontam que as conversões mais que dobram a receita no primeiro ano e geram um crescimento de mais que **10%** no segundo ano, com importante diluição de despesas e aumento de rentabilidade.

Nos canais **B2B** foi registrada queda da receita bruta total de **4,1%** vs. 4T22. Apesar da melhora no *showroom* de Alto Verão (realizado em julho e agosto/23), em relação ao *showroom* de Inverno, vemos uma postura mais conservadora na compra realizada pelas franquias. Por esse motivo, as franquias têm apresentado uma performance de *sell-out* bem abaixo de seu potencial, que acaba por limitar o *sell-in* de reposição, dentro da coleção. No atacado, vale observar a entrada de novas multimarcas que, naturalmente, possuem uma curva de crescimento esperada nos *showrooms* ao longo do tempo, de forma que esperamos uma captura gradual ao longo de 2024.

O *sell-out* total cresceu **11,0%** vs. 4T22, com destaque para o crescimento dos canais próprios (loja própria e digital). O *sell-out* das franquias cresceu **6,9%**, porém, apresentando ainda uma dispersão relevante em relação à performance das lojas próprias, canal que cresceu **18,1%** vs. 4T22. Entendemos que as franquias tendem a evoluir cada vez mais para um melhor mix e volume de compra, a partir de um trabalho profundo de adequação do sortimento ao *cluster* de loja que está em curso e que será uma das prioridades da marca em 2024.

Lucro Bruto

R\$ Milhões Lucro bruto	4T23	4T22	4T23 vs. 4T22	2023	2022	2023 vs. 2022
Receita bruta	716,7	687,5	4,2%	2.444,7	2.330,4	4,9%
Receita líquida	606,2	590,1	2,7%	2.104,9	2.004,9	5,0%
Lucro bruto	229,0	243,9	-6,1%	872,8	831,8	4,9%
Lucro bruto ajustado²¹	272,6	253,1	7,7%	916,4	841,0	9,0%
Margem bruta ajustada	45,0%	42,9%	2,1 p.p.	43,5%	41,9%	1,6 p.p.

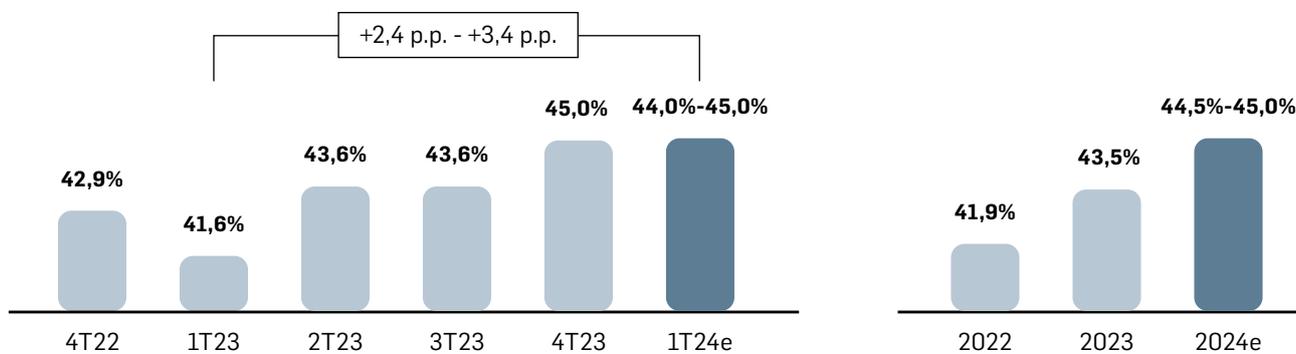
²¹ No 4T23, o lucro bruto foi ajustado pelo *write-off* de sobra de matérias-primas destinadas a produtos de segunda linha da Hering no montante de R\$ 43,6 milhões. No 4T22, o Lucro bruto foi ajustado devido à unificação de práticas contábeis do Grupo relacionadas à contabilização do AVP de fornecedores, que passou a ser feito pelo giro dos produtos no estoque e não mais sobre a compra da matéria-prima no montante de R\$ 9,2 milhões.

No 4T23, o lucro bruto ajustado da Hering foi de **R\$ 272,6 milhões**, alta de **7,7%** vs. 4T22, com margem bruta ajustada (ao evento extraordinário de *write-off*) de **45,0%**, (**+2,1 p.p.** vs. 4T22). Já em 2023, o lucro bruto ajustado totalizou **R\$ 916,4 milhões**, (**+9,0%** vs. 2022), alcançando uma margem bruta ajustada de **43,5%**, **1,6 p.p.** maior do que a apresentada em 2022.

Conforme comentado anteriormente, contribuíram para o aumento da margem bruta no 4T23: a melhora do produto feminino, com aumento do *share* de itens de topo de pirâmide (*newness* e *core*), aumento do giro a preço cheio de essenciais e o aumento da rentabilidade do canal digital. Na operação, vale destacar o aumento do *share* de produtos em modelo de reposição automática, que já chegam a **70%** dos itens essenciais.

Em 2023, os principais fatores que explicaram a expansão de margem bruta da Hering foram: **(i)** eficiência de custos em negociações de compra de matéria-prima e serviços essenciais; **(ii)** ganhos de eficiência na indústria – aprimoramento de processos internos e redução de custos operacionais; **(iii)** aumento de produtividade da mão de obra, melhor aproveitamento de malhas e um correto dimensionamento da indústria; **(iv)** melhor distribuição da produção entre *insourcing* e *outsourcing*; **(v)** expansão da base de fornecedores fora do Brasil, com custos mais competitivos; e **(vi)** foco na venda a preço cheio com aumento de venda de coleção nos canais próprios, boa gestão e cadência de *markdown* nas lojas próprias, refletindo o sucesso das estratégias de vendas e marketing.

Evolução Margem Bruta Ajustada (%)



Como já comentado anteriormente, o impacto não caixa referente ao *write-off* de **R\$ 43,6 milhões**, ajustado à margem bruta do 4T23 é considerado um evento não recorrente da Hering. Quanto à margem do 1T24, nossa expectativa é de manutenção dos bons níveis de margem bruta recorrente, com crescimento esperado importante e expectativa de atingimento de **44-45%** de margem bruta no trimestre (+2,4 p.p. - +3,4 p.p.).

Lojas

A Hering encerrou o trimestre com **742 lojas**, sendo **33 megalojas**, que continuam sendo uma das principais avenidas de crescimento da marca. A previsão para 2024 é de abertura de **18 a 25 megalojas** entre franquias e lojas próprias, aproveitando uma maior disponibilidade de pontos nos shopping centers.

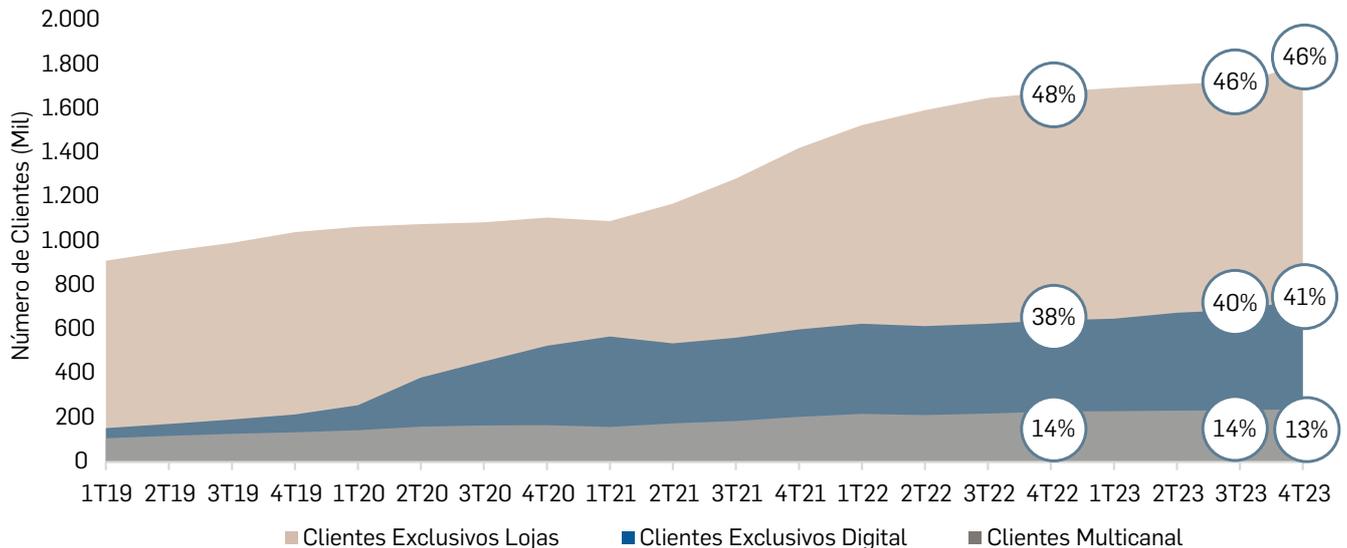
BASE DE CLIENTES



NV

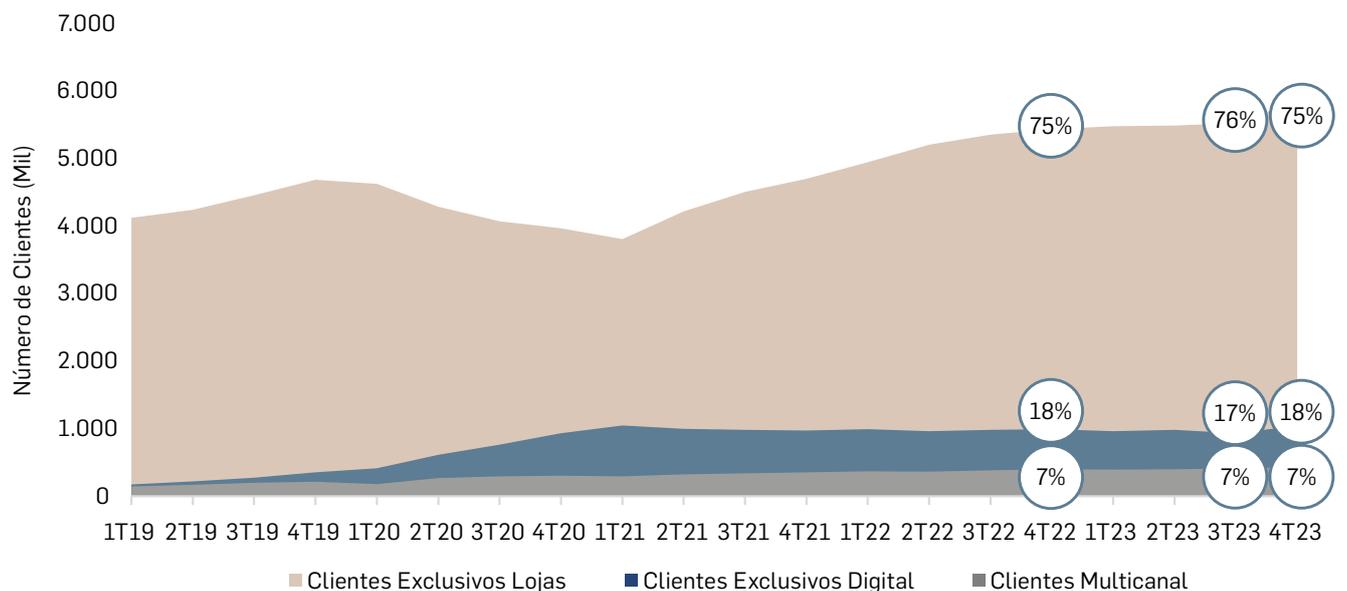
No 4T23, nossas marcas seguiram expandindo suas bases ativas de clientes. A base ativa do Grupo SOMA ex-Hering cresceu **7,2%** vs. o 4T22 e atingiu **1,8 milhão** de clientes. Essa expansão é explicada principalmente pelo aumento da base ativa do canal digital, que cresceu **14,6%** em relação ao mesmo trimestre do ano anterior.

Evolução orgânica da base ativa de clientes - Ex-Hering



Já a base ativa de clientes da Hering cresceu **8,0%** vs. 4T22 que, combinada ao Grupo SOMA, totaliza **5,9 milhões** de clientes.

Evolução orgânica da base ativa de clientes – Total (Pro forma)²²



²² O termo Pro forma se refere ao resultado combinado do Grupo SOMA e da Hering em períodos anteriores à aquisição.

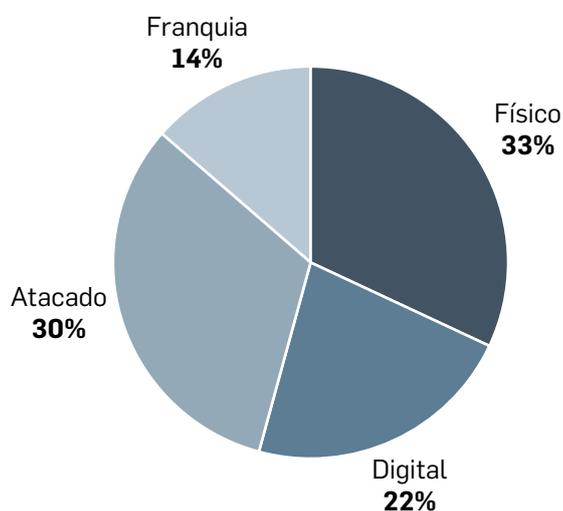
PERFORMANCE DOS CANAIS

DISTRIBUIÇÃO DA RECEITA BRUTA POR CANAIS (Consolidado)

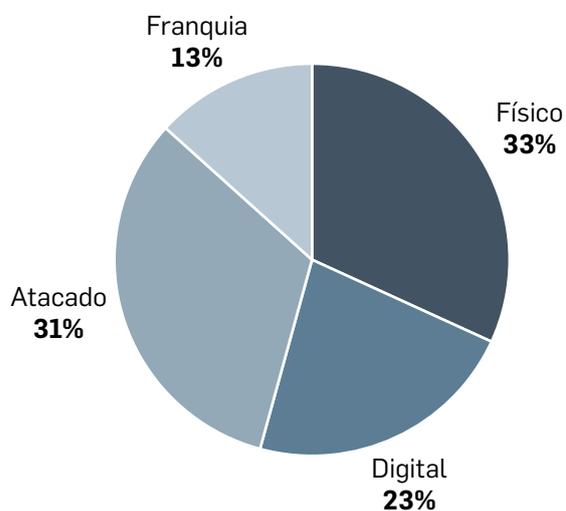
Receita bruta por canal - Consolidado

R\$ Milhões Receita por canal Consolidado	4T23	4T22	4T23 vs. 4T22	2023	2022	2023 vs. 2022
Receita total	1.759,4	1.613,9	9,0%	6.217,6	5.649,6	10,1%
Canais próprios	1.094,9	968,3	13,1%	3.487,2	3.138,6	11,1%
Físico (loja própria)	671,3	611,4	9,8%	2.075,3	1.889,7	9,8%
Digital	423,6	356,9	18,7%	1.411,9	1.248,9	13,0%
Sell-in	664,5	645,6	2,9%	2.730,4	2.511,0	8,7%
Atacado	423,2	394,1	7,4%	1.921,0	1.698,1	13,1%
Franquia	241,3	251,5	-4,1%	809,4	812,9	-0,4%

Receita bruta por canal 2022 (%)



Receita bruta por canal 2023 (%)



DISTRIBUIÇÃO DA RECEITA BRUTA POR CANAIS (EX-HERING)

Receita bruta por canal - Ex-Hering

R\$ Milhões Receita por canal Ex-Hering	4T23	4T22	4T23 vs. 4T22	2023	2022	2023 vs. 2022
Receita total	1.042,8	926,4	12,6%	3.773,0	3.319,2	13,7%
Canais próprios	807,9	729,0	10,8%	2.665,3	2.406,8	10,7%
Físico (loja própria)	477,9	447,6	6,8%	1.553,7	1.427,9	8,8%
Digital	330,0	281,4	17,3%	1.111,6	978,9	13,6%
Sell-in	234,9	197,4	19,0%	1.107,7	912,4	21,4%
Atacado	230,5	193,0	19,4%	1.092,7	898,8	21,6%
Franquia ²³	4,4	4,4	0,0%	15,0	13,6	10,3%

²³ Receita bruta referente a franquias da Maria Filó.

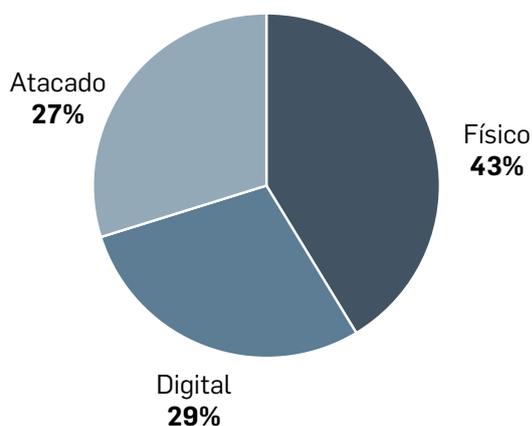
VAREJO

No 4T23, a receita bruta ex-Hering dos canais próprios apresentou crescimento de **10,8%** vs. 4T22, totalizando **R\$ 807,9 milhões**, sendo o canal digital o destaque do trimestre, com ganho de **17,3%** na comparação com o mesmo período do ano anterior. Em 2023, a receita bruta do varejo (físico + digital) foi de **R\$ 2.665,3 milhões**, alta de **10,7%** vs. 2022.

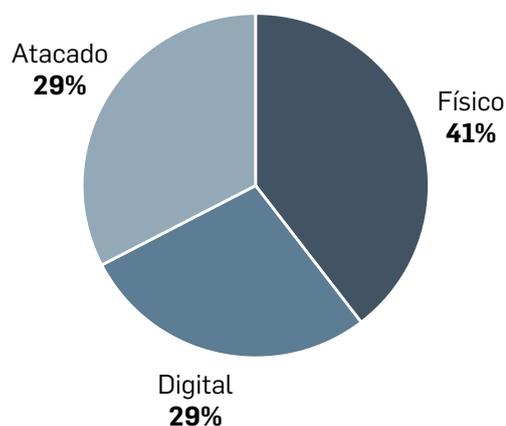
ATACADO

O atacado do Grupo SOMA ex-Hering, que atualmente representa cerca de **30%** da receita bruta total do Grupo SOMA ex-Hering, apresentou crescimento de duplo dígito em ambos os períodos (**+19,4%** vs. 4T22 e **+21,6%** vs. 2022), atingindo receita bruta de **R\$ 230,5 milhões** no 4T23 e **R\$ 1.092,7 milhões** em 2023.

Receita bruta por canal 2022 (%)²⁴



Receita bruta por canal 2023 (%)²⁴



²⁴ Considera-se franquia (0,4% em ambos os períodos) dentro do share do atacado para melhor visualização.

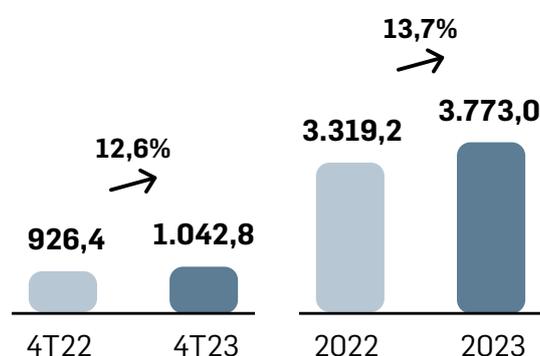
INDICADORES FINANCEIROS E OPERACIONAIS



Indicadores Financeiros e Operacionais – Ex-Hering

R\$ Milhões Indicadores Financeiros	4T23	4T22	4T23 vs. 4T22	2023	2022	2023 vs. 2022
Receita bruta	1.042,8	926,4	12,6%	3.773,0	3.319,2	13,7%
Receita líquida	892,3	767,4	16,3%	3.255,6	2.865,6	13,6%
Lucro bruto	588,8	488,6	20,5%	2.165,1	1.928,3	12,3%
Margem bruta	66,0%	63,7%	2,3 p.p.	66,5%	67,3%	-0,8 p.p.

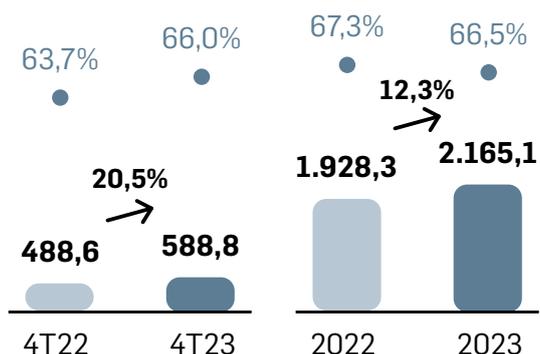
Receita bruta – Ex-Hering (R\$ mm)



No 4T23, a receita bruta ex-Hering alcançou **R\$ 1.042,8 milhões**, aumento de **12,6%** vs. o 4T22. Em 2023, a receita atingiu **R\$ 3.773,0 milhões**, alta de **13,7%** na comparação com 2022.

A receita líquida do Grupo SOMA ex-Hering foi de **R\$ 892,3 milhões** no 4T23, crescimento de **16,3%** vs. 4T22. Em 2023, a receita líquida foi de **R\$ 3.255,6 milhões**, ganho de **13,6%** na comparação com 2022.

Lucro bruto e Margem bruta – Ex-Hering (R\$ mm)



O lucro bruto ex-Hering totalizou **R\$ 588,8 milhões** no 4T23, alta de **20,5%** vs. 4T22, com margem bruta de **66,0%**, **+2,3 p.p.** na comparação com o mesmo período do ano anterior. Em 2023, o lucro bruto foi de **R\$ 2.165,1 milhões**, crescimento de **12,3%**, com margem bruta de **66,5%** (**-0,8 p.p.**) vs. 2022.

A queda da margem bruta foi explicada por: **(i)** maior nível de demarcação decorrente do nosso foco em adequar os níveis de estoques aos patamares ideais; **(ii)** aumento da participação do atacado na receita bruta total; **(iii)** reintrodução do DIFAL (diferencial de alíquota de ICMS); e **(iv)** alteração das regras referentes ao ICMS na base do PIS/COFINS. Apesar da queda, destaca-se o aumento da margem bruta do 4T23 de **2,3 p.p.** na comparação com o 4T22.

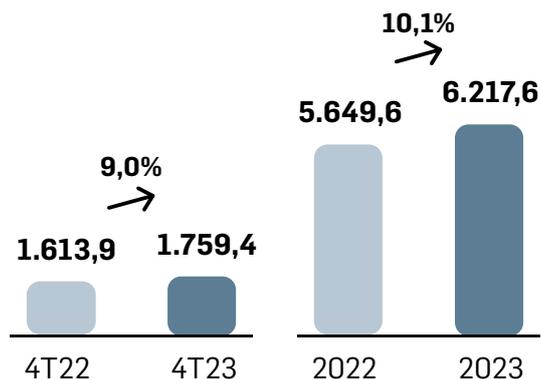
Indicadores Financeiros e Operacionais – Consolidado

R\$ Milhões Indicadores Financeiros	4T23	4T22	4T23 vs. 4T22	2023	2022	2023 vs. 2022
Receita bruta	1.759,4	1.613,9	9,0%	6.217,6	5.649,6	10,1%
(-) Deduções	(260,9)	(256,4)	1,8%	(857,1)	(779,1)	10,0%
Receita líquida	1.498,5	1.357,5	10,4%	5.360,5	4.870,5	10,1%
(-) CMV	(680,8)	(625,1)	8,9%	(2.322,7)	(2.110,4)	10,1%
(-) CMV ex-D&A	(673,1)	(617,2)	9,1%	(2.292,0)	(2.079,5)	10,2%
(-) Depreciação e amortização	(7,7)	(7,9)	-2,5%	(30,7)	(30,9)	-0,6%
Lucro bruto	817,8	732,5	11,6%	3.037,9	2.760,1	10,1%
Lucro bruto ajustado²⁵	861,4	741,7	16,1%	3.081,5	2.769,3	11,3%
Margem bruta ajustada	57,5%	54,6%	2,9 p.p.	57,5%	56,9%	0,6 p.p.
Despesas	(3.618,6)	(623,4)	480,5%	(5.524,0)	(2.313,2)	138,8%
(-) Com. gerais e adm.	(500,3)	(530,5)	-5,7%	(2.129,8)	(2.017,8)	5,6%
(-) Outras despesas	(98,4)	(21,1)	366,4%	(167,8)	(64,2)	161,4%
(-) Perda por <i>impairment</i> ²⁶	(2.952,1)	0,0	n.a.	(2.952,1)	0,0	n.a.
(-) Depreciação e amortização	(67,8)	(71,8)	-5,6%	(274,3)	(231,2)	18,6%
EBITDA	(2.725,4)	188,8	n.a.	(2.181,2)	709,0	n.a.
EBITDA ajustado²⁵	238,5	210,7	13,2%	809,3	735,4	10,1%
Margem EBITDA ajustada	15,9%	15,5%	0,4 p.p.	15,1%	15,1%	0,0 p.p.
EBIT	(2.800,9)	109,1	n.a.	(2.486,2)	446,9	n.a.
(-) Resultado financeiro	(58,9)	(56,3)	4,6%	(214,0)	(163,4)	31,0%
(-) IR/CSLL	1.009,5	19,6	5.050,5%	1.083,1	51,7	1.994,6%
Lucro líquido	(1.850,3)	72,4	n.a.	(1.617,1)	335,2	n.a.
Lucro líquido ajustado²⁵	113,2	99,3	13,9%	370,0	384,0	-3,6%
Margem líquida ajustada	7,6%	7,3%	0,3 p.p.	6,9%	7,9%	-1,0 p.p.

²⁵ Demonstramos nas seções Lucro bruto ajustado, EBITDA ajustado e Lucro líquido ajustado – consolidando os eventos não recorrentes que compõem o Lucro Bruto, EBITDA e o Lucro líquido.

²⁶ Referente ao teste de recuperabilidade do *goodwill* (teste de *impairment*) registrado na aquisição da Cia. Hering.

Receita bruta – Consolidada (R\$ mm)



No 4T23, a receita bruta consolidada totalizou **R\$ 1.759,4 milhões**, crescimento de **9,0%** vs. 4T22. Em 2023, a receita bruta consolidada totalizou **R\$ 6.217,6 milhões**, alta de **10,1%** na comparação com 2022.

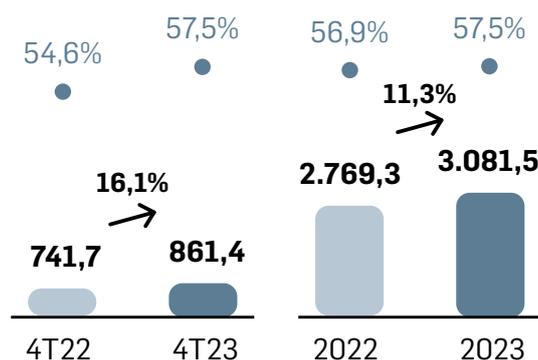
Lucro Bruto – Consolidado

R\$ Milhões	Impacto	4T23	4T22	2023	2022
Conciliação do Lucro Bruto ajustado	(DRE)				
Lucro bruto	Linha	817,8	732,5	3.037,9	2.760,1
Ajuste a valor presente (AVP) Hering ²⁷	CMV	0,0	9,2	0,0	9,2
Write-off ²⁸	CMV	43,6	0,0	43,6	0,0
Lucro bruto ajustado		861,4	741,7	3.081,5	2.769,3
Margem bruta ajustada		57,5%	54,6%	57,5%	56,9%

²⁷ Ajuste devido à unificação de práticas contábeis do Grupo relacionadas à contabilização do AVP de fornecedores, que passou a ser feito pelo giro dos produtos no estoque no 4T22 e não mais sobre a compra da matéria-prima. Essa mudança teve impacto negativo de R\$ 9,2 milhões no 4T22, que foi ajustado ao lucro bruto para fins de comparação com os 9 meses anteriores de 2022 e 4T21.

²⁸ No 4T23, o lucro bruto foi ajustado pelo *write-off* de sobra de matérias-primas destinadas a produtos de segunda linha da Hering no montante de R\$ 43,6 milhões, conforme explicado nos Comentários da Administração, na página 15.

Lucro bruto ajustado e Margem bruta ajustada – Consolidado (R\$ mm)



No 4T23, o lucro bruto ajustado consolidado foi de **R\$ 861,4 milhões**, crescimento de **16,1%** vs. 4T22, com uma margem bruta de **57,5%** (+2,9 p.p. vs. 4T22). Já em 2023, o lucro bruto foi de **R\$ 3.081,5 milhões**, ganho de **11,3%** na comparação com 2022, e a margem bruta foi de **57,5%**, ganho de **0,6 p.p.** em relação a 2022.

Despesas – Consolidado

R\$ Milhões Despesas	4T23	% da Receita Líquida 4T23	4T22	% da Receita Líquida 4T22	4T23 vs. 4T22	2023	% da Receita Líquida 2023	2022	% da Receita Líquida 2022	2023 vs. 2022
Desp. comerciais, gerais e adm.	(500,3)	33,4%	(530,5)	39,1%	-5,7%	(2.129,8)	39,7%	(2.017,8)	41,4%	5,6%
Pessoal	(226,3)	15,1%	(206,0)	15,2%	9,9%	(895,4)	16,7%	(804,6)	16,5%	11,3%
Ocupação	(56,2)	3,8%	(41,8)	3,1%	34,4%	(178,5)	3,3%	(147,8)	3,0%	20,8%
Marketing	(87,1)	5,8%	(98,3)	7,2%	-11,4%	(347,2)	6,5%	(346,1)	7,1%	0,3%
Serviços de terceiros	(87,6)	5,8%	(97,1)	7,1%	-9,7%	(363,6)	6,8%	(332,1)	6,8%	9,5%
Fretes	(47,5)	3,2%	(42,8)	3,2%	11,0%	(185,4)	3,5%	(168,0)	3,4%	10,4%
Outras ²⁹	4,4	-0,3%	(44,5)	3,3%	n.a.	(159,7)	3,0%	(219,2)	4,5%	-27,1%
Outras despesas²⁹	(98,4)	6,6%	(21,1)	1,6%	366,4%	(167,8)	3,1%	(64,2)	1,3%	161,4%
Perda por impairment (Goodwill)³⁰	(2.952,1)	197,0%	0,0	0,0%	n.a.	(2.952,1)	55,1%	0,0	0,0%	n.a.
Total	(3.550,8)	237,0%	(551,6)	40,6%	543,8%	(5.249,7)	97,9%	(2.082,0)	42,7%	152,1%
Total ajustado	(630,6)	42,1%	(538,9)	39,7%	17,0%	(2.302,8)	43,0%	(2.064,8)	42,4%	11,5%

²⁹ As linhas "Outras" e "Outras despesas" tiveram o impacto de eventos não recorrentes, conforme demonstrado nas seções EBITDA ajustado e Lucro líquido ajustado.

³⁰ Referente ao teste de recuperabilidade do *goodwill* (teste de *impairment*) registrado na aquisição da Cia. Hering.

No 4T23, a despesa total ajustada totalizou **R\$ 630,6 milhões**, representando **42,1%** da receita líquida do trimestre, um aumento de **2,4 p.p.** na comparação com o mesmo período do ano anterior.

As despesas comerciais gerais e administrativas ajustadas totalizaram **R\$ 612,3 milhões**, representando **40,9%** da receita líquida do trimestre, aumento de **2,5 p.p.**, devido aos seguintes impactos:

- **Pessoal** – Despesas de rescisões no montante de **R\$ 7 milhões** com o objetivo de otimizar o quadro de colaboradores com concentração em dezembro, ou seja, com o respectivo ganho de eficiência sendo capturado a partir do 1T24;
- **Ocupação** – Maior volume de lojas próprias inauguradas em relação ao ano anterior. Foram abertas **21 lojas** em 2023 (**11** lojas no 4T23) e estão em fase inicial do *ramp-up*;
- **Fretes** – O aumento das despesas de fretes é explicado pelo forte crescimento do canal digital/omni (**+18,7%** vs. 4T22) e ineficiências operacionais temporárias da FARM Global;
- **Outras (SG&A)** – Excluindo o efeito não recorrente de reversão da provisão do Banco Santos no montante de **R\$ 112,0 milhões**, já líquida do pagamento (*success fee*) dos advogados, a variação é explicada, principalmente, pelos efeitos negativos de ineficiências da FARM Global carregadas no exercício de 2023. Esses efeitos tendem a ser fortemente minimizados no ano de 2024, recuperando os bons níveis de margem da operação.

Outras despesas – Excluindo os efeitos não recorrentes (i) do reconhecimento da DIFAL do ano de 2022 no montante de **R\$ 71 milhões**; e (ii) da despesa de ILP no montante de **R\$ 8,7 milhões**, a linha outras despesas totalizaria **R\$ 18,4 milhões**.

O ágio decorrente da aquisição da Cia. Hering foi submetido ao teste de *impairment*³¹, conforme requerido pelo CPC 01/IAS36. A avaliação econômico-financeira do investimento que avaliou o seu saldo em 31 de dezembro de 2023 identificou a necessidade de ajustes ao valor contábil do ágio, gerando um impacto não caixa no resultado de **R\$ 2.952,1 milhões (R\$ 1.948,4 milhões líquido de imposto)**. O principal ponto que ocasionou a perda foi a aprovação da Lei nº 14.789 em 29 de dezembro de 2023, em que as subvenções para investimentos deverão entrar na base de cálculo de tributos como o Imposto sobre a Renda da Pessoa Jurídica (IRPJ), a Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL), o PIS e a Cofins a partir de 1º janeiro de 2024, e a aprovação da Reforma Tributária através da Emenda Constitucional nº 132/2023, que extingue o Benefício Fiscal a partir de 2033. O *impairment*³¹ não reduz a capacidade de utilização da totalidade do ágio, referente à aquisição da Cia. Hering para fins fiscais.

³¹ Referente ao teste de recuperabilidade do *goodwill* (teste de *impairment*) registrado na aquisição da Cia. Hering.

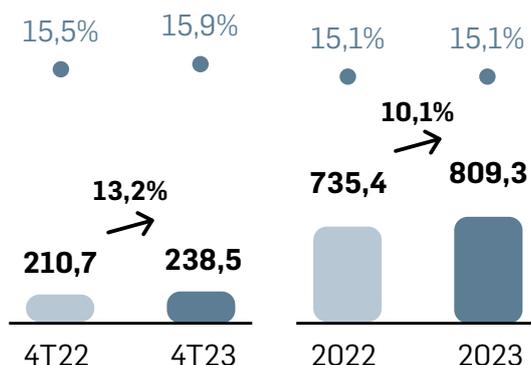
EBITDA Ajustado – Consolidado

R\$ Milhões Conciliação do EBITDA ajustado	Impacto (DRE)	4T23	4T22	2023	2022
EBITDA	Linha	(2.725,4)	188,8	(2.181,2)	709,0
Ajuste a valor presente (AVP) Hering	CMV	0,0	9,2	0,0	9,2
Write-off	CMV	43,6	0,0	43,6	0,0
Provisão de <i>chargeback</i>	Despesas (SG&A/Outras)	0,0	4,2	0,0	0,0
Provisão de contingência judicial	Despesas (SG&A/Outras)	0,0	4,9	0,0	4,9
Banco Santos	Despesas (SG&A/Outras)	(112,0)	0,0	(112,0)	0,0
ILP	Despesas (Outras despesas)	8,7	3,6	27,3	12,3
Encerramento da unidade de Paraúna	Despesas (Outras despesas)	0,0	0,0	8,1	0,0
Provisão DIFAL	Despesas (Outras despesas)	71,4	0,0	71,4	0,0
Perda por <i>Impairment</i> ³²	Despesas (Perda por <i>impairment</i>)	2.952,1	0,0	2.952,1	0,0
EBITDA ajustado		238,5	210,7	809,3	735,4
Margem EBITDA ajustada		15,9%	15,5%	15,1%	15,1%

³² Referente ao teste de recuperabilidade do *goodwill* (teste de *impairment*) registrado na aquisição da Cia. Hering.

No 4T23, o EBITDA ajustado foi de **R\$ 238,5 milhões**, alta de **13,2%** vs. 4T22, com uma margem EBITDA ajustada de **15,9%**, crescimento de **0,4 p.p.** na comparação com o 4T22. Em 2023, o EBITDA ajustado foi de **R\$ 809,3 milhões**, crescimento de **10,1%**, com margem EBITDA ajustada de **15,1%**, estável em relação a 2022.

EBITDA ajustado e Margem EBITDA ajustada - Consolidado (R\$ mm)

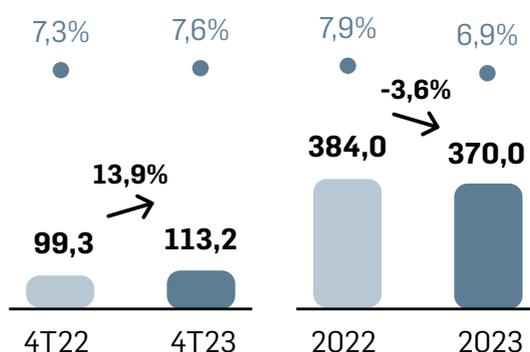


Lucro líquido ajustado – Consolidado

R\$ Milhões	Impacto (DRE)	4T23	4T22	2023	2022
Conciliação do lucro líquido ajustado					
EBITDA	Linha	(2.725,4)	188,8	(2.181,2)	709,0
D&A		(75,5)	(79,7)	(305,0)	(262,1)
Resultado financeiro		(58,9)	(56,3)	(214,0)	(163,4)
IR/CSLL		1.009,5	19,6	1.083,1	51,7
Lucro líquido		(1.850,3)	72,4	(1.617,1)	335,2
Ajustes ao EBITDA		2.963,8	21,9	2.990,5	26,4
Mais-valia Hering	D&A	11,0	18,8	44,0	47,5
Atualização monetária sobre indébito tributário	Resultado financeiro	0,0	0,0	(15,7)	0,0
IR/CSLL sobre ajustes	IR/CSLL	(1.011,4)	(13,8)	(1.031,7)	(25,1)
Lucro líquido ajustado		113,2	99,3	370,0	384,0
Margem líquida ajustada		7,6%	7,3%	6,9%	7,9%

No 4T23, o lucro líquido ajustado foi de **R\$ 113,2 milhões**, crescimento de **13,9%** vs. 4T22, com uma margem líquida ajustada de **7,6%**, praticamente estável em relação ao 4T22 (+**0,3 p.p.** vs. 4T22). Em 2023, o lucro líquido ajustado foi de **R\$ 370,0 milhões**, queda de **3,6%** na comparação com 2022, alcançando uma margem líquida de **6,9%**, **1,0 p.p.** menor em relação ao mesmo período do ano anterior.

Lucro líquido ajustado e Margem líquida ajustada – Consolidado (R\$ mm)



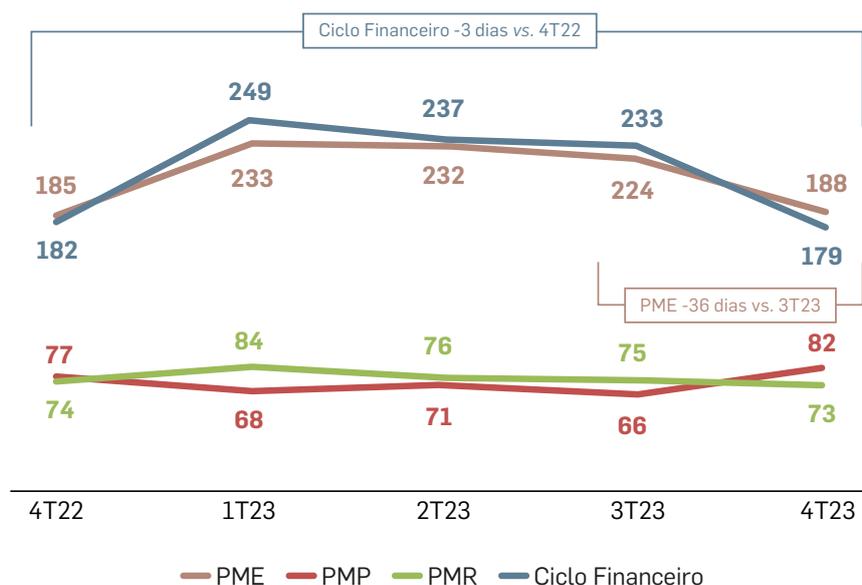
GERAÇÃO DE CAIXA

Geração de caixa líquida de captações e amortizações de principal

R\$ Milhões				
Geração de Caixa	4T23	4T22	2023	2022
Lucro líquido	(1.850,3)	72,4	(1.617,1)	335,2
Depreciação e amortização	75,5	79,6	305,0	262,0
IR/CSLL no resultado	(1.005,8)	(8,0)	(1.089,7)	(59,8)
Provisões	(89,1)	26,7	(99,4)	54,9
Plano de incentivos de longo prazo	8,6	3,7	27,2	12,3
Encargos financeiros	49,2	32,5	199,4	116,2
Outros	2.952,6	0,5	2.955,6	2,0
Lucro líquido ajustado pelos itens acima	140,7	207,5	681,0	722,8
Capital de giro	58,2	69,0	(234,0)	(170,7)
Estoque	254,2	47,5	41,1	(296,2)
Contas a receber	(199,2)	(107,7)	(161,0)	(176,3)
Contas a pagar	22,1	42,6	(49,5)	211,7
Outros	(18,9)	86,6	(64,6)	90,1
Arrendamento	(33,6)	(69,6)	(120,4)	(150,5)
Geração (consumo) de caixa operacional	165,3	206,9	326,6	401,6
Imobilizado e intangível	(90,0)	(77,5)	(267,0)	(209,6)
Aquisições de empresas e outros	1,9	0,0	(20,0)	(22,8)
Investimentos	(88,1)	(77,5)	(287,0)	(232,4)
Receitas e despesas financeiras	(17,3)	(6,5)	(151,5)	(122,5)
Distribuição de lucros	0,0	0,0	(79,6)	(72,0)
Geração (consumo) de caixa total	59,9	122,9	(191,5)	(25,3)

A Companhia registrou uma geração de caixa de **R\$ 59,9 milhões** no 4T23. A geração operacional totalizou **R\$ 165,3 milhões**, equivalentes a **9,4%** da receita bruta.

CICLO FINANCEIRO³³



³³ Nesse trimestre, passamos a incorporar historicamente o ativo "Antecipação a Fornecedores" como redutor do prazo médio de pagamento.

O ciclo financeiro no 4T23 foi de **179 dias**, melhora de **54 dias** em comparação ao 3T23 e melhora de **3 dias** vs. 4T22. A melhora do ciclo financeiro reflete a disciplina da Companhia no trabalho de ajuste do prazo médio de estoques, que teve uma redução de **36 dias** vs. 3T23, voltando a patamares saudáveis. O evento não recorrente referente ao *write-off* de sobra de matérias-primas destinadas a produtos de segunda linha foi ajustado, portanto, não refletido no ciclo financeiro.

CAIXA E ENDIVIDAMENTO

Posição de caixa e endividamento

O Grupo SOMA encerrou 2023 com caixa de **R\$ 605,7 milhões** e uma dívida líquida de **R\$ 816,7 milhões**, atingindo **1,2x** no indicador dívida líquida/EBITDA Ajustado LTM (ex-IFRS 16).

R\$ Milhões	4T22	1T23	2T23	3T23	4T23
Dívida líquida					
Dívida de emissão curto prazo	370,4	339,2	413,8	695,5	972,7
Dívida de emissão longo prazo	547,5	721,2	746,1	340,0	449,7
Dívida bruta	917,9	1.060,4	1.159,9	1.035,5	1.422,4
(-) Caixa e equivalentes	337,6	384,5	240,6	175,9	605,7
Dívida líquida	580,3	675,9	919,3	859,6	816,7
Dívida líquida/EBITDA Ajustado LTM (ex-IFRS16)	0,9x	1,0x	1,4x	1,3x	1,2x

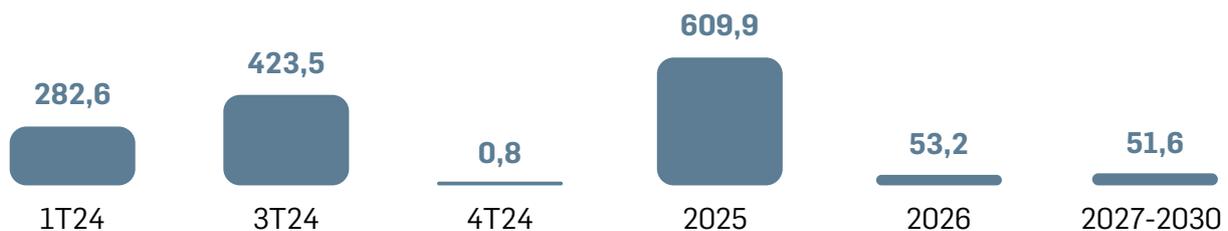
Apesar do cenário mais restrito para o crédito, a Companhia realizou as seguintes captações nos últimos 12 meses a custos atrativos:

Captações nos últimos 12 meses

Data	Intermediário	Valor (R\$ MM)	Remuneração	Vencimento
Março/23	Bradesco	300,0	CDI+1,69%	Setembro/24
Abril/23	Itaú	176,8	8,01%	Fevereiro/24
Setembro/23	FINEP	32,1	TJLP-0,2%	Dezembro/30
Dezembro/23	Bradesco	121,0	SOFR+2,73%	Dezembro/25
Dezembro/23	BB/UBS	250,0	CDI+1,5%	Dezembro/25

Apresentamos abaixo o cronograma de vencimentos da dívida:

Cronograma de vencimentos da dívida com juros acruados até 31/12/2023 (R\$ mm)



O cronograma acima apresenta uma visão diferente em relação ao montante de dívida com vencimentos no curto prazo e no longo prazo apresentado no balanço patrimonial da Companhia, dado que contabilmente, duas dívidas da controlada Cidade Maravilhosa foram reclassificadas para o curto prazo. Essa reclassificação ocorreu porque o *covenant* de Dívida Líquida/EBITDA ficou abaixo do limite de 2,0x, devido à perda por *impairment*³⁴ referente ao teste realizado no ágio da Hering. Por ter se tratado de um lançamento estritamente contábil e sem impacto na capacidade do Grupo SOMA de arcar com as suas obrigações financeiras, a Companhia obteve *waivers* para as dívidas citadas. Com isso, o cronograma original representado acima não será alterado.

³⁴ Referente ao teste de recuperabilidade do *goodwill* (teste de *impairment*) registrado na aquisição da Cia. Hering.

Em março de 2024, a controlada Cidade Maravilhosa realizou a 3ª emissão de debêntures não conversíveis em ações, que serviram como lastro para a emissão de Certificados de Recebíveis Imobiliários (“CRIs”). Os CRIs foram emitidos em três séries, no valor total **R\$ 625 milhões**, contando com o exercício integral do lote adicional de 25%, a serem pagos em duas séries com vencimento *bullet* de 4 anos e uma série dividida em dois vencimentos iguais de 5 e 6 anos, respectivamente. A demanda foi de aproximadamente **R\$ 1,5 bilhão**, (3x book). A alta demanda pelo título possibilitou, além da subscrição total do lote adicional, uma compressão significativa nas taxas teto indicativas, conforme demonstrado no quadro resumo abaixo.

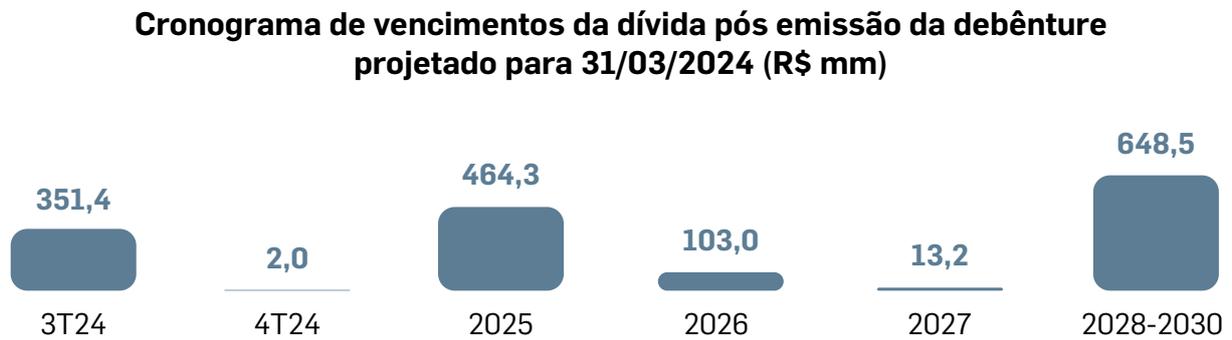
3ª emissão de debêntures da Cidade Maravilhosa

Características	1ª Série	2ª Série	3ª Série
Prazo	4 anos	4 anos	6 anos
<i>Duration</i>	3,3 anos	3,3 anos	4,6 anos
Amortização	<i>Bullet</i> , no vencimento	<i>Bullet</i> , no vencimento	Anual, em parcelas iguais nos 5º e 6º anos
Juros	Semestral, sem carência	Semestral, sem carência	Semestral, sem carência
Remuneração Teto Indicativa	CDI + 1,30% a.a.	Pré X DI + 1,20% a.a. ou 12,60% a.a., dos dois o maior	NTN-B28 + 1,40% a.a. ou IPCA + 7,40% a.a., dos dois o maior
Remuneração pós <i>bookbuilding</i>	CDI + 0,60% a.a.	Pré 11,00% a.a.	IPCA + 6,40% a.a.
Remuneração com swap para CDI +	CDI + 0,60% a.a.	CDI + 0,795% a.a.	CDI + 0,90% a.a.
Volume	R\$ 76.865.000,00	R\$ 268.068.000,00	R\$ 280.067.000,00
Data de vencimento	15/02/2028	15/02/2028	15/02/2030

Para as 2ª e 3ª séries, foram contratados *swaps* para transformar a exposição da dívida em CDI pós-fixado, de modo que a operação possui um custo final de CDI+0,795% e CDI+0,90%, respectivamente. **A taxa total ponderada da operação é CDI+0,82%.**

A operação representa uma **melhora** relevante do perfil de endividamento da Companhia, com alongamento do *duration* e redução do custo médio ponderado da dívida, que sairá de CDI+1,46% para CDI+1,23%.

Apresentamos abaixo o cronograma de vencimentos da dívida após a 3ª emissão de debêntures da Cidade Maravilhosa:



S&P atribuiu rating "AA+(bra)" ao Grupo SOMA

Em 26 de Janeiro de 2024, o Grupo SOMA S.A. divulgou Comunicado ao Mercado, informando que a S&P atribuiu rating "AA+(bra)" ao Grupo SOMA, com perspectiva estável.

CAPEX

Os investimentos em 2023 totalizaram **R\$ 267,0 milhões**, com destaque para os investimentos em abertura e reforma de lojas.

R\$ Milhões		
CAPEX	2023	2022
Tecnologia	92,8	102,5
Lojas ³⁵	107,7	60,1
Outros	66,5	47,0
Total	267,0	209,6

³⁵ Inclui expansão internacional.

ANEXO



ANEXO I

Balanço Patrimonial – Consolidado

Ativo

Balanço patrimonial	2023	2022
Ativo	9.374,5	10.638,0
Circulante	3.782,1	3.338,3
Caixa e equivalentes de caixa	605,7	337,6
Contas a receber	1.502,0	1.345,8
Estoques	1.145,0	1.207,6
Tributos a recuperar	415,2	315,2
Adiantamento a fornecedores	62,8	90,9
Outros ativos	51,4	41,2
Não circulante	5.592,4	7.299,7
TVM	9,3	11,1
Contas a receber	6,5	0,5
Depósitos judiciais	65,1	45,5
Imposto de renda e contribuição social diferidos	1.430,8	323,1
Tributos a recuperar	508,7	495,3
Imobilizado	884,0	832,9
Intangível	2.376,3	5.331,6
Direito de uso de imóveis	309,3	257,3
Outros ativos	2,4	2,4

Balço Patrimonial – Consolidado

Passivo

Balço patrimonial	2023	2022
Passivo	9.374,5	10.638,0
Circulante	2.198,4	1.727,5
Fornecedores e alugúeis a pagar	573,4	604,8
Obrigações decorrentes de compra de merc. e serv.	139,1	189,6
Arrendamento a pagar	83,5	76,6
Empréstimos, financiamentos e debêntures	971,8	370,0
Salários e encargos a pagar	151,7	144,2
Contas a pagar combinação de negócios	28,3	22,3
Dividendos e juros sobre capital próprio	-	79,6
Tributos a recolher	86,7	95,1
Derivativos	0,9	0,4
Outros	163,0	144,9
Não circulante	1.386,6	1.505,6
Arrendamento a pagar	254,2	210,3
Empréstimos, financiamentos e debêntures	449,7	547,5
Tributos a recolher	5,3	8,4
Imposto de renda e contribuição social diferidos	267,2	249,1
Provisão para contingências	307,9	360,8
Contas a pagar combinação de negócios	74,6	96,1
Outros	27,7	33,4
Patrimônio líquido	5.789,5	7.404,9
Capital social	4.047,1	4.047,1
Ajuste de avaliação patrimonial	(24,4)	(12,4)
Reservas de capital	1.766,8	2.886,0
Reservas de lucros	-	484,2

ANEXO II

DRE

R\$ Milhões						
DRE	4T23	4T22	4T23 vs. 4T22	2023	2022	2023 vs. 2022
Receita bruta	1.759,4	1.613,9	9,0%	6.217,6	5.649,6	10,1%
(-) Deduções	(260,9)	(256,4)	1,8%	(857,1)	(779,1)	10,0%
Receita líquida	1.498,5	1.357,5	10,4%	5.360,5	4.870,5	10,1%
(-) CMV	(680,8)	(625,1)	8,9%	(2.322,7)	(2.110,4)	10,1%
(-) CMV ex-D&A	(673,1)	(617,2)	9,1%	(2.292,0)	(2.079,5)	10,2%
(-) Depreciação e amortização	(7,7)	(7,9)	-2,5%	(30,7)	(30,9)	-0,6%
Lucro bruto	817,8	732,5	11,6%	3.037,9	2.760,1	10,1%
Despesas	(3.618,6)	(623,4)	480,5%	(5.524,0)	(2.313,2)	138,8%
(-) Com. gerais e adm.	(500,3)	(530,5)	-5,7%	(2.129,8)	(2.017,8)	5,6%
(-) Outras despesas	(98,4)	(21,1)	366,4%	(167,8)	(64,2)	161,4%
(-) Perda por <i>impairment</i> ³⁶	(2.952,1)	0,0	n.a.	(2.952,1)	0,0	n.a.
(-) Depreciação e amortização	(67,8)	(71,8)	-5,6%	(274,3)	(231,2)	18,6%
EBIT	(2.800,9)	109,1	n.a.	(2.486,2)	446,9	n.a.
(-) Resultado financeiro	(58,9)	(56,3)	4,6%	(214,0)	(163,4)	31,0%
(-) IR/CSLL	1.009,5	19,6	5.050,5%	1.083,1	51,7	1.994,6%
Lucro líquido	(1.850,3)	72,4	n.a.	(1.617,1)	335,2	n.a.

³⁶ Referente ao teste de recuperabilidade do *goodwill* (teste de *impairment*) registrado na aquisição da Cia. Hering.

ANEXO III

Demonstrativo de Fluxo de Caixa

R\$ Milhões		
Fluxo de Caixa	2023	2022
Lucro líquido do exercício	(1.617,1)	335,2
Ajustes para conciliar o resultado ao caixa das atividades operacionais		
Depreciação e amortização - imobilizado e intangível	216,0	175,7
Depreciação e amortização - direito de uso de imóveis	89,0	86,3
Resultado na alienação de imobilizados e intangíveis	3,1	1,0
Perda por <i>Impairment</i> ³⁷	2.952,1	-
Encargos financeiros	199,4	116,2
Provisão para contingência	(119,8)	5,2
Provisão para créditos de liquidação duvidosa	(1,1)	40,3
Provisão para perdas na realização dos estoques	21,5	9,4
Variação do valor justo de derivativos	0,4	1,0
Incentivos de longo prazo	27,2	12,3
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(1.089,7)	(59,8)
Lucro líquido ajustado	681,0	722,8
(Aumento) redução nos ativos e aumento (redução) nos passivos		
Contas a receber	(161,0)	(176,3)
Estoques	41,1	(296,2)
Tributos a recuperar	(113,3)	(47,4)
Outros ativos	(21,5)	1,7
Depósitos judiciais	(19,6)	9,2
Fornecedores	(3,3)	142,0
Obrigações decorrentes de compra de mercadorias e serviços	(50,5)	69,7
Impostos, taxas e contribuições	55,2	25,7
Obrigações trabalhistas e sociais	7,6	18,8
Outros passivos	(16,0)	82,1
Caixa gerado nas operações	399,7	552,1
Juros pagos	(151,5)	(95,1)
Juros pagos sobre arrendamentos	(36,9)	(33,6)
Caixa líquido gerado (aplicado) nas atividades operacionais	211,3	423,4
Fluxo de caixa das atividades de investimentos		
Aquisição de empresas	(21,9)	(22,8)
Títulos e valores mobiliários	1,9	(0,1)
Caixa advindo da incorporação e combinação de negócios	0,0	0,0
Aquisições de imobilizado e intangível	(267,0)	(209,6)
Caixa líquido gerado pelas (aplicado nas) atividades de investimentos	(287,0)	(232,5)
Fluxo de caixa das atividades de financiamento		
Aumento de capital	0,0	0,0
Captação de empréstimos	877,4	317,4
Amortização de empréstimos	(370,4)	(205,9)
Arrendamentos pagos	(83,5)	(116,9)
Dividendos e juros sobre capital próprios pagos	(79,6)	(72,0)
Caixa líquido gerado pelas (aplicado nas) atividades de financiamento	343,9	(77,4)
Aumento (redução) de caixa e equivalentes de caixa	268,2	113,5
Caixa e equivalentes de caixa no início do exercício	337,6	224,1
Caixa e equivalentes de caixa no final do exercício	605,8	337,6

³⁷ Referente ao teste de recuperabilidade do *goodwill* (teste de *impairment*) registrado na aquisição da Cia. Hering.

ANEXO IV

Com a adoção da norma contida no IFRS 16, em janeiro de 2019, linhas das demonstrações de resultado sofrem alguns efeitos. Abaixo estão listadas as principais alterações nas linhas do resultado, considerando os valores com a norma, sem a norma e sua diferença (impacto) na linha em questão.

Conciliação dos efeitos do IFRS 16 – Consolidado

Efeitos do IFRS 16 no 4T23	Com IFRS 16	Sem IFRS 16	Diferença
Despesas operacionais	(500,3)	(534,0)	33,7
Depreciação e amortização	(75,5)	(56,5)	(19,0)
Resultado financeiro	(58,9)	(47,7)	(11,2)
IR/CSLL	1.009,5	1.010,1	(0,6)
Lucro líquido	(1.850,3)	(1.847,4)	(2,9)
EBITDA	(2.725,4)	(2.759,1)	33,7

Efeitos do IFRS 16 no 2023	Com IFRS 16	Sem IFRS 16	Diferença
Despesas operacionais	(2.129,8)	(2.250,2)	120,4
Depreciação e amortização	(305,0)	(217,8)	(87,2)
Resultado financeiro	(214,0)	(184,6)	(29,4)
IR/CSLL	1.083,1	1.084,7	(1,6)
Lucro líquido	(1.617,1)	(1.614,9)	(2,2)
EBITDA	(2.181,2)	(2.301,6)	120,4

ANEXO V

Lojas

# Lojas Marca	4T23	4T22	4T23 vs. 4T22	3T23	4T23 vs. 3T23
Animale	70	68	+2	69	+1
Cris Barros	10	10	-	10	-
Fábula	20	21	-1	21	-1
FARM ³⁸	104	89	+15	96	+8
FARM Global	4	3	+1	3	+1
Foxton	32	29	+3	32	-
Maria Filó (lojas próprias)	36	36	-	35	+1
Maria Filó (franquia)	19	20	-1	20	-1
NV	19	16	+3	17	+2
Off Premium	12	13	-1	12	-
Subtotal (ex-Hering)	326	305	+21	315	+11
Hering (lojas próprias) ³⁹	71	73	-2	71	-
Hering (franquia)	671	716	-45	678	-7
Total	1.068	1.094	-26	1.064	+4

³⁸ Desconsidera as 2 lojas *pop-ups* temporárias do Me Leva que abriram durante o 4T23.

³⁹ Inclui 3 lojas da Dzarm em todos os períodos.

ANEXO VI

Glossário

Termo	Definição
EBITDA	Lucros antes de juros, impostos, depreciação e amortização
EBITDA ajustado	Lucros antes de juros, impostos, depreciação e amortização com ajustes de impactos não recorrentes
Same Store Sales (SSS)	Comparação que considera apenas vendas nas mesmas lojas em operação por um ano ou mais
Sell-out	Comercialização direta dos produtos ao cliente final
Sell-in	Comercialização dos produtos a um distribuidor ou revendedor
Base ativa de clientes	Quantidade de clientes que fizeram compra nos últimos 12 meses
Multimarcas ativas	Quantidade de multimarcas que fizeram compra nos últimos 12 meses
Ex-Hering	Termo utilizado para analisar a evolução dos resultados, excluindo os resultados relacionados à Hering
Showroom	Evento para exposição das peças de coleção das marcas às multimarcas revendedoras
Awareness	Consciência de marca; a marca sendo reconhecida pelos consumidores
Lojas pop-ups	Modalidade de lojas temporárias que abrem com prazo para fechamento
Sourcing	Designação para cadeia de fornecedores
Brandbook	Conjunto de informações que estabelecem a essência e a cultura da marca
Adcost	Despesas com mídias digitais
Market share	Participação relativa no mercado no qual a Companhia ou a marca atua
Ticket médio	Valor médio pago por pedido dos clientes
B2B	Abreviação de <i>business to business</i> , interação comercial entre duas empresas
B2C	Abreviação de <i>business to consumer</i> , interação entre o consumidor final e a empresa
Omnicanalidade	Integração de todos os canais de contato disponíveis de uma empresa, de modo inter-relacionado, permitindo ao cliente iniciar a comunicação em um canal e continuá-la em outro
Outsourcing	Terceirização
Best-sellers	Itens mais vendidos
Sortimento	Portfólio de produtos comercializados pela marca
ILP	Pacote de remuneração de Incentivos de Longo Prazo
Live commerce	Modalidade de vendas por meio de <i>lives</i> em redes sociais

Os percentuais e valores deste documento foram arredondados, podendo apresentar diferenças em relação aos quadros e notas das informações trimestrais. Adicionalmente, pela mesma razão, os valores totais em determinadas tabelas podem não refletir a soma aritmética dos valores precedentes.



+ **soma**

ri@somagrupo.com.br

www.somagrupo.com.br/investidores

