

VESTE

Release
4T22

LE LIS

✦ DUDALINA

JOHN  JOHN

BOBÔ

 INDIVIDUAL

Conferência de Resultados

Data:

30 de março de 2023

Horário:

10:00 (Brasília)

09:00 (US-EDT)

CEO:

Alexandre Afrange

DRI:

Guilherme de Biagi

Coordenador de RI:

Nicolas Costa

Relações com**Investidores:**

ri@veste.com



São Paulo, Brasil, 29 de março de 2023. A Veste S.A. Estilo ("Companhia"; B3:VSTE3), empresa do setor de vestuário e acessórios de alto padrão no Brasil, apresenta seus resultados do quarto trimestre de 2022 (4T22) e exercício findo em 31 de dezembro de 2022, de acordo com as normas internacionais de Contabilidade (IFRS).



Mensagem da
Administração

Prezados acionistas,

Sinto-me muito entusiasmado e orgulhoso ao compartilhar os resultados do ano de 2022, um ano transformacional e de suma importância para a história da Companhia, quando a empresa adequou sua estrutura de capital e apresentou resultados operacionais consistentes.

Esse processo foi realizado por meio da capitalização da quase totalidade das debêntures no capital social da Companhia. Como resultado desse aumento de capital, a dívida bruta, que totalizava R\$ 1,77 bilhão previamente à operação, foi reduzida em 92,6%, sendo o saldo de R\$ 117 milhões (corrigidos a CDI + 1,1% a.a.) a serem pagos em até 8 anos e R\$ 13 milhões (corrigidos a TR + 1,0% a.a.), em até 18 anos.

Subsequentemente, foi realizado um aumento de capital adicional de R\$ 100 milhões de reais no caixa da Companhia – processo iniciado em dezembro de 2022 e concluído em fevereiro de 2023 –, rebalaneando a estrutura de capital, reduzindo os níveis de alavancagem e melhorando nossos índices de liquidez. Terminamos 2022 dentro de patamares equilibrados de alavancagem com uma relação de 0,3x dívida líquida/EBITDA, considerando um EBITDA ajustado de R\$ 200,4 milhões em 2022.

Em 2022, o faturamento bruto total foi de R\$ 1,3 bilhão, um crescimento de 20,3% em comparação ao ano de 2021. Esse crescimento reflete o acerto da estratégia adotada, que propiciou que as vendas a preço cheio alcançassem 83% do canal de vendas do B2C. O canal B2C e o canal B2B tiveram crescimento de 23,2% e 37,8%, respectivamente, quando comparado ao ano de 2021. Essa performance de vendas a preço cheio possibilitou o aumento significativo da margem bruta ajustada em 7,2 p.p. em 2022, atingindo 62,7% no período contra 55,5% em 2021.

No quarto trimestre tivemos constância na estratégia e nos resultados da operação em relação a todo o ano de 2022. Nesse período, o faturamento da Companhia atingiu R\$ 347,6 milhões com crescimento no canal B2C e B2B de 0,7% e 2,8%, respectivamente, mesmo com uma base de lojas (incluindo outlets) 16,4% inferior ao mesmo período de 2021.

O *Same Store Sales* (SSS), indicador importante para mensuração da eficiência da operação de lojas, apresentou um aumento de 32,1% no ano e 8,5% no quarto trimestre de 2022 em comparação com o mesmo período do ano anterior.

Seguimos investindo em tecnologia e desenvolvimento de habilidades dos colaboradores, implementando medidas para aprimorar a eficiência operacional e otimizar despesas em todas as áreas da empresa. A evolução dos nossos processos, a melhor adequação da estrutura organizacional e a qualidade do planejamento comercial e financeiro permitiram que a Companhia crescesse com maior alavancagem operacional, resultando na redução de 1,1 p.p. nas despesas operacionais em relação à receita líquida no ano de 2022.

O aprimoramento do CRM (*Customer Relationship Management*) foi uma das prioridades em 2022. Por meio de ferramentas de análise de dados e de automação de *marketing*, a Companhia segmentou melhor a base de clientes, personalizando as ofertas e aumentando a taxa de conversão. O resultado dessa estratégia foi o aumento da base ativa de clientes em 7,6% em 2022, a despeito do fechamento de 37 lojas no período, ao mesmo tempo que alcançamos crescimento do *Same Customer Sales* em 13%, em comparação com o mesmo período do ano anterior.

A melhor estrutura de capital da empresa, somada à melhoria da eficiência operacional, reafirmam a posição de destaque da Veste S.A. no varejo de moda nacional e aceleram o plano de crescimento que já estava em andamento. A empresa está preparada para enfrentar novos desafios e confiante em aproveitar as oportunidades do mercado.

A substituição do nome de “Restoque S.A.” para “Veste S.A.” representa um importante marco, que reforça o novo momento e estabelece um olhar para o futuro. Essa mudança simboliza uma nova fase de crescimento e evolução da empresa. Uma nova identidade visual reflete o compromisso da marca com se manter como referência no mercado de varejo de moda: a Veste S.A. Estilo está pronta para seguir em frente e conquistar novos horizontes. A troca de nome reflete a determinação da Companhia para transformar desafios em oportunidades.

Nosso resultado positivo foi alcançado a partir do esforço e da dedicação do time ao longo da jornada. A Veste S.A. agradece a todos os *stakeholders*, em especial aos nossos colaboradores, que foram essenciais para o crescimento sustentável ao longo de 2022.

Acreditamos em dedicar o melhor de cada um de nós para gerar valor para os nossos colaboradores, acionistas, clientes e sociedade como um todo.

Atenciosamente,

Alexandre Afrange

CEO



Destiques

Financeiro

- Faturamento bruto de **R\$ 1,3 bilhão, +20,3%** vs. 2021
- Faturamento bruto do canal B2B de **R\$ 273,6 milhões** em 2022, **+37,8%** vs. 2021 e **R\$ 54,8 milhões, +2,8%** vs. o 4T21
- Margem bruta ajustada de **62,7%** em 2022, **+7,2** p.p. vs. 2021
- Redução do indicador de despesas operacionais ajustadas sobre a receita líquida de **110 bps** vs. 2021 totalizando **44,5%** em 2022
- EBITDA contábil de **R\$ 393,9 milhões** e ajustado de **R\$ 200,4 milhões, +115,8%** vs. 2021
- Margem EBITDA ajustada de **18,8%, +8,2** p.p. vs. 2021
- Lucro líquido ajustado de **R\$ 40,2 milhões** no 4T22 e lucro líquido contábil de **R\$ 55,3 milhões** em 2022

Canal B2C

- Faturamento bruto do canal de **R\$ 960,5 milhões** em 2022, **+23,2%** vs. 2021 e **R\$ 270,3 milhões, +0,7%** vs. o 4T21, mesmo com uma redução na base de lojas (ex-outlets) de 14,4% no período
- Avanço das vendas do B2C Digital no trimestre, com faturamento de **R\$ 46,7 milhões, +29,4%** vs. o 4T21
- Faturamento por loja atingindo **R\$ 1,5 milhões** por loja no 4T22, **+18,6%** vs. o 4T21 e no acumulado de 2022, **R\$ 5,4 milhões, +44,8%** vs o ano anterior
- *Same Store Sales* consolidado de **8,5%** no 4T22 e **32,1%** em 2022 (ex-outlets)

Omnichannel e Clientes

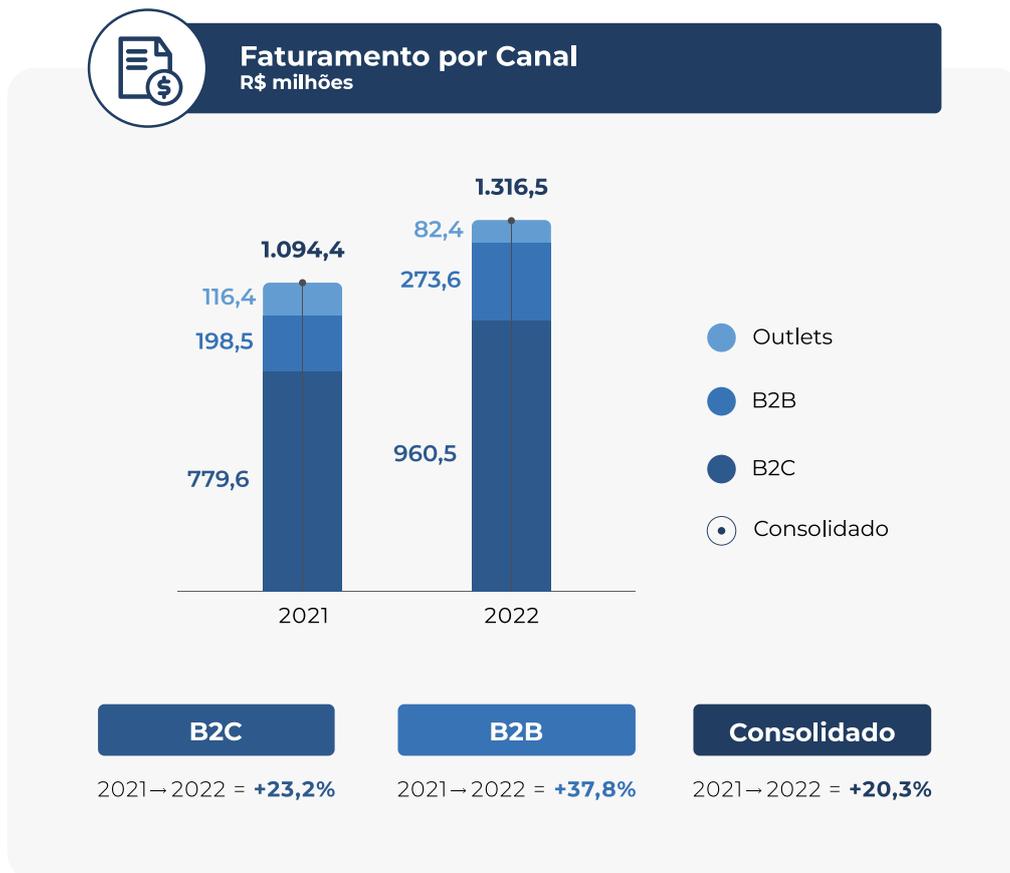
- Faturamento bruto recorde das ferramentas omnichannel em 2022, atingindo **R\$ 287,3 milhões, +17,3%** vs. 2021
- Destaque para o aumento do faturamento na modalidade de Prateleira Infinita, **+91,9%** vs. o 4T21 aumentando o poder de conversão de lojas
- Crescimento da base ativa de clientes, chegando a **603,9 mil** clientes ativos, **+7,6** vs. o 4T21
- *Same Customer Sale* consolidado de **13%** vs. o 4T21
- Aumento da base ativa de clientes online, **+12,9%** vs. o 4T21



Resultados

Resultados

O ano de 2022 evidenciou a retomada plena das operações comerciais da Companhia cujo time atuou conforme a estratégia traçada e implementada ao final de 2019. Com faturamento bruto de R\$ 1,3 bilhão, 20,3% superior ao ano de 2021 e um EBITDA ajustado de R\$ 200,4 milhões (+115,8% vs. 2021) com margem EBITDA de 18,8% (+8,2 p.p. vs. 2021), os resultados mostram a melhora operacional da Companhia e provam a consistência do novo ciclo de crescimento sustentável em que ela se encontra.



O quarto trimestre, período importante de vendas para o varejo dado as datas comemorativas do fim do ano, apresentou resultados positivos e consistentes com a estratégia adotada a despeito do cenário mais desafiador devido às eleições e eventos relacionados à Copa do Mundo. Nesse período, apresentamos uma Same Store Sales de 8,5% no 4T22, sétimo trimestre consecutivo de crescimento nesse indicador.

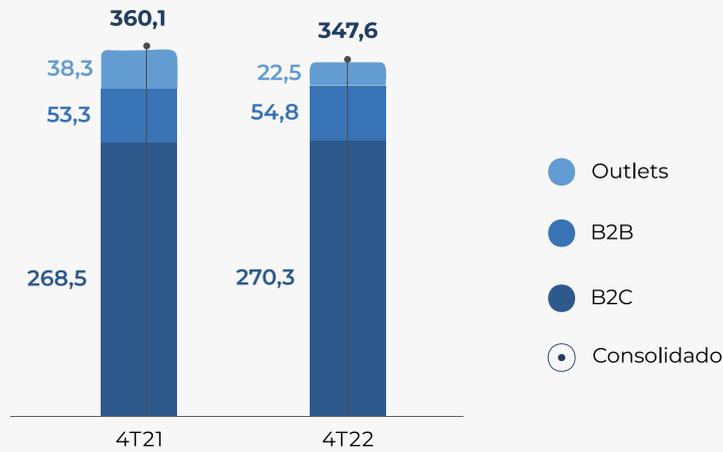
O faturamento bruto no período foi de R\$ 347,6 milhões, -3,5% vs. o 4T21; tal redução é resultado da estratégia da Companhia que foca no aumento do aproveitamento de coleções o que, consequentemente, gera menor representatividade das vendas do canal Outlets.

Ao analisarmos separadamente os canais de venda, os canais B2C e B2B apresentaram alta no mesmo período, de 0,7% e 2,8%, respectivamente. A queda no faturamento é notada no canal de Outlets, de -41,4%, coerente com a redução expressiva de peças destinadas a esse canal e o aumento do aproveitamento de coleções que foi de 78,5% em 2022.



Faturamento por Canal

R\$ milhões



Canal	4T21 → 4T22 (%)
B2C	+0,7%
B2B	+2,8%
Consolidado	-3,5%

O lucro bruto ajustado registrado no período foi de R\$ 186,8 milhões, com crescimento de 8,0% vs. o 4T21 e expressiva melhora na margem bruta, atingindo 67,3%, 7,1 p.p. superior ao 4T21. O EBITDA ajustado no período foi de R\$ 60,8 milhões com a margem EBITDA de 21,9% (28,8% e 5,5 p.p. superior ao 4T21, respectivamente).



Evolução de Vendas a Preço Cheio - Canal B2C

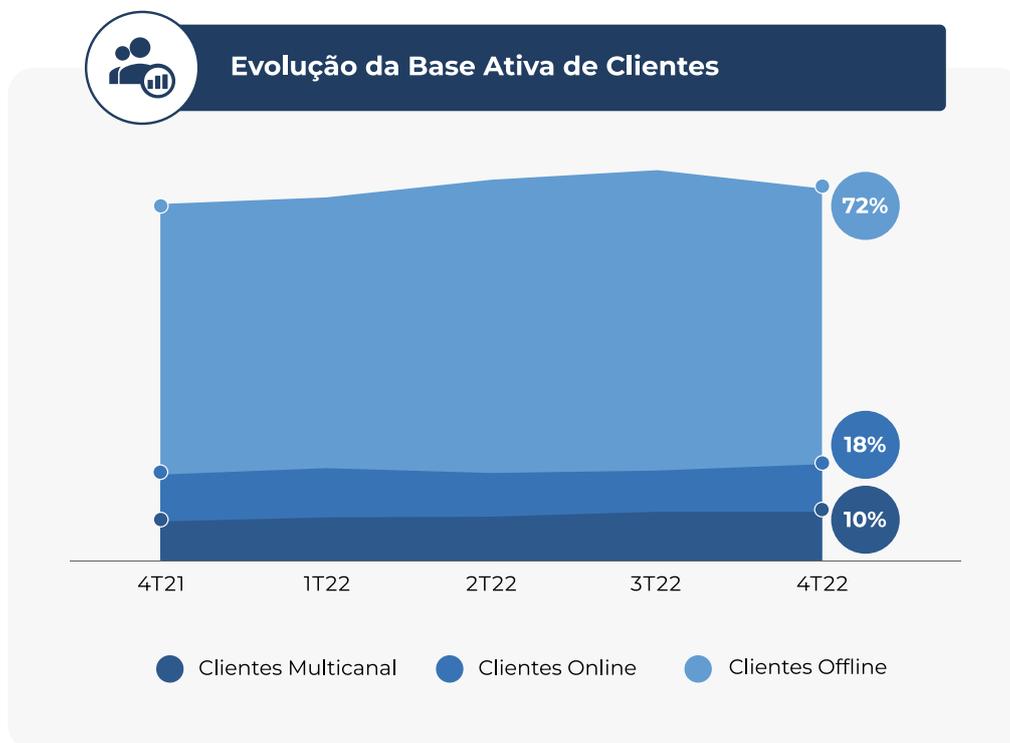


● Preço Cheio ● Markdown ● Faturamento B2C R\$ milhões

A Companhia conseguiu aumentar esses indicadores com a melhora na composição de suas vendas, que alcançou maior representatividade de peças vendidas a preço cheio e maior aproveitamento das coleções, precificação adequada, estratégia comercial apoiada por CRM e controle sustentável dos custos e despesas.

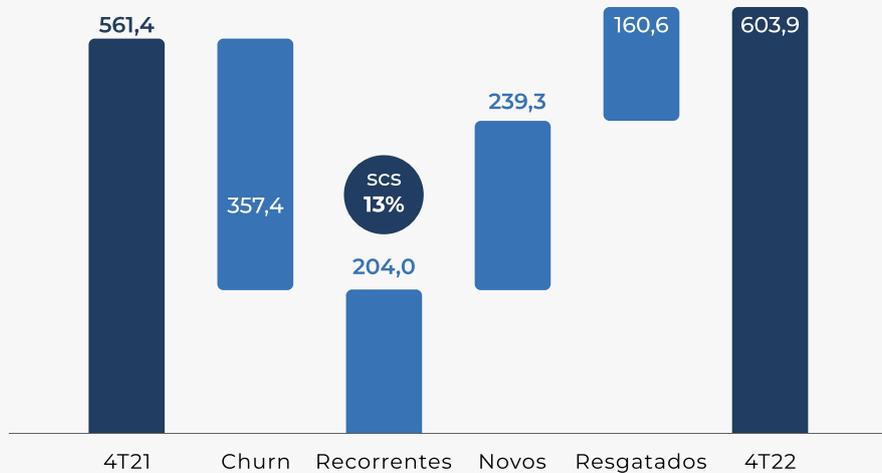
CRM

A Companhia segue conquistando novos clientes a cada trimestre e fidelizando os clientes já ativos em sua base. Com um trabalho contínuo de diversificação de plataformas, de canais de venda e constante implantação de ferramentas omnichannel que visam o aumento de conversão, pôde-se notar crescimento de 24,6% vs. o 4T21 dos clientes multicanal nesse trimestre. Essa frequência foi três vezes superior aos clientes monocanal, o que representou um gasto médio 23,0% maior vs. o 4T21.



Ao longo do ano, a Companhia buscou profundo entendimento do perfil e comportamento de compra de seus clientes, com monitoramento constante de KPIs para tomadas de decisão rápidas e efetivas. Além disso, foi implementada a ferramenta de NPS, tanto para lojas físicas como canais digitais, com foco na experiência e satisfação do cliente.

Composição da Base Ativa de Clientes
Em milhares



Vendas Digitais

B2C Digital

A receita do e-commerce cresceu 29,4% vs. o 4T21 impulsionada por novos canais, funcionalidades e meios de pagamento. Dentre os meios de pagamento, destaque para a modalidade PIX, que atingiu representatividade recorde e reduziu em 25% o prazo médio de recebimento do canal.

Os pedidos do e-commerce e o ticket médio aumentaram 29,1% e 3,4% vs. o 4T21, respectivamente, continuando as vendas de produtos *full price* e aumento da conversão, como foco do canal, estratégia mantida, também, no período da *Black Friday*.

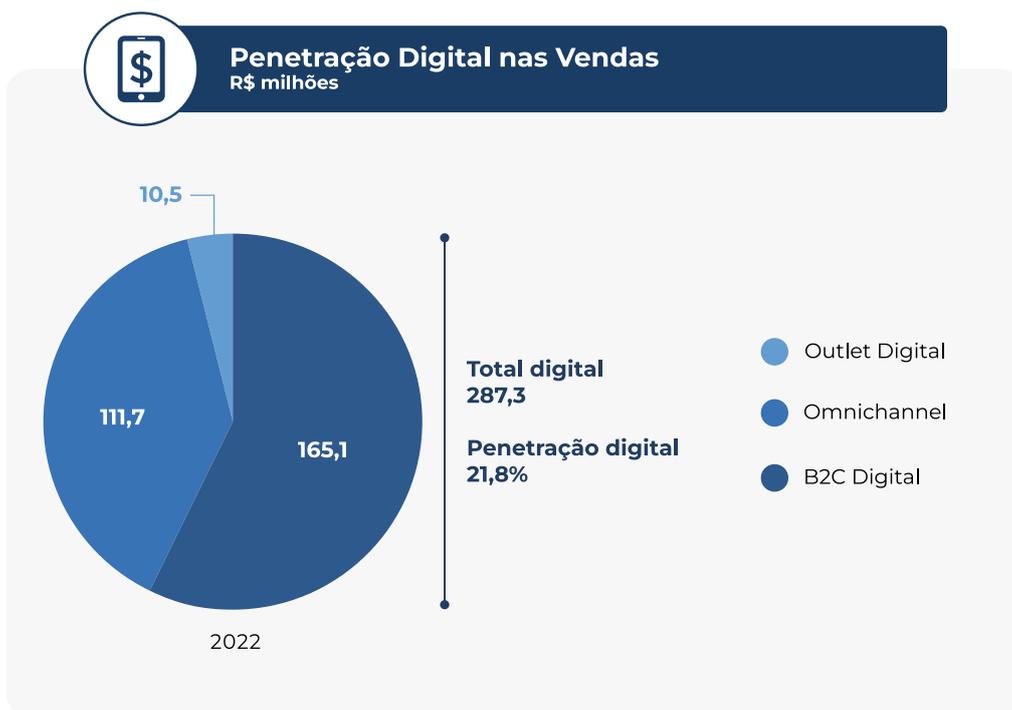
B2C Digital
R\$ milhões



Ao longo do ano, expandimos a atuação em canais estratégicos, como a inserção de mais marcas em *marketplaces*, expansão dos vendedores digitais e novos canais de mídia online. Tais canais têm contribuído com receita incremental, além de trazer novos clientes para as nossas marcas.

Ferramentas Omnichannel

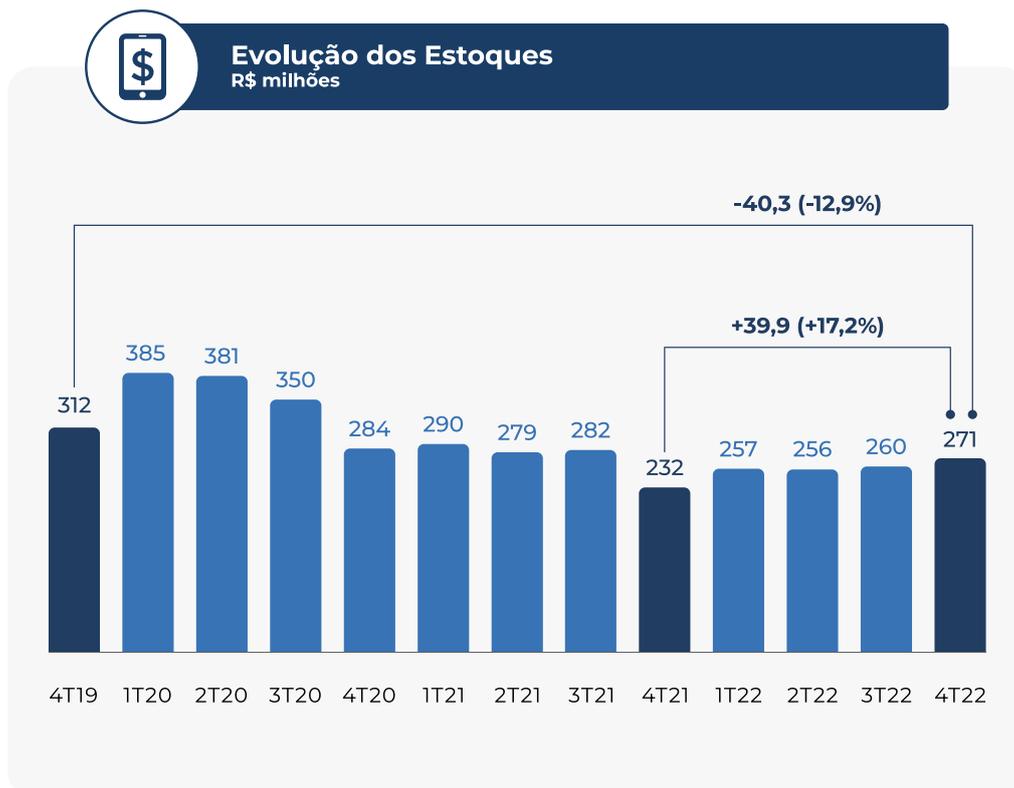
As ferramentas digitais, representadas pelo B2C Digital, ecossistema omnichannel e site Estoque, performaram positivamente em 2022 e fecharam o ano com faturamento bruto de R\$ 287,3 milhões, crescimento de 17,3% vs. 2021 e representando 21,8% no total das vendas da Companhia. No 4T22 houve destaque para o aumento do faturamento na modalidade de Prateleira Infinita, +91,9% vs. o 4T21. Alinhado à estratégia de vendas a preço cheio e menor sobra de coleções o site Estoque reduziu o seu faturamento nesse mesmo período em 6,6%.



Gestão de Estoques

O saldo do estoque da Companhia ao final desse trimestre ficou em R\$ 271,4 milhões, incremento de 17,2% vs. o 4T21. Esse movimento é decorrente do crescimento de vendas nos Canais B2C e B2B.

A Companhia segue com sua política de austeridade na gestão de seus estoques para garantir que sejam geridos de forma eficiente e equilibrada em relação ao patamar de vendas. Como resultado, reduziu 19,0% o indicador “dias de estoque sobre vendas”, saindo de 86 em 2021 para 70 dias em 2022.

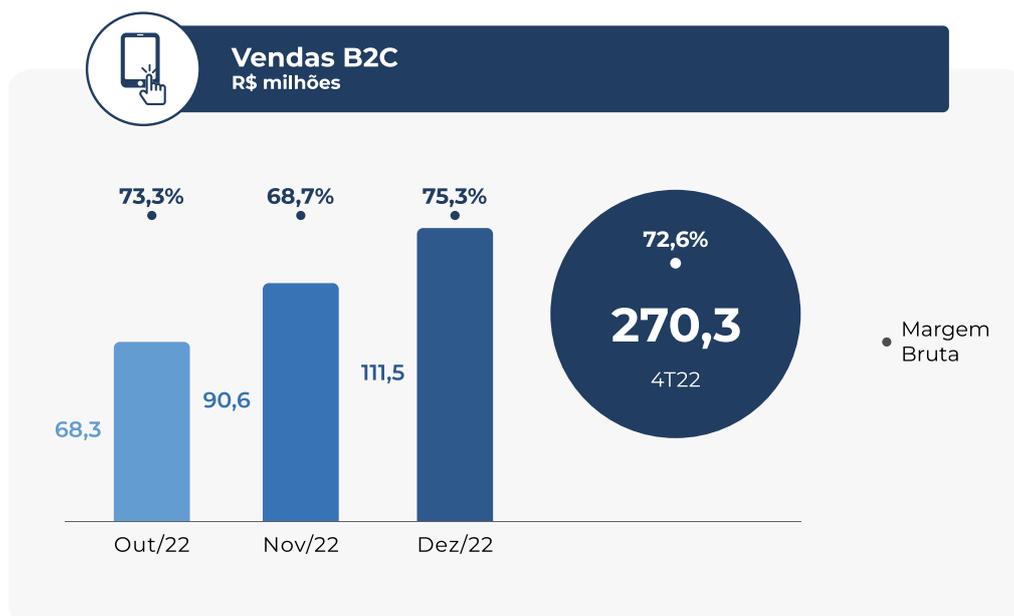




Marcas e
Canais

Canal B2C

O Canal B2C sai fortalecido de 2022, registrando um faturamento bruto de R\$ 960,5 milhões, com aumento de 23,2% vs. 2021, mesmo com uma redução na base de lojas (ex-outlets) de 14,4% no período. No trimestre, o Canal atingiu R\$ 270,3 milhões, com variação de 0,7% vs. o 4T21. É importante ressaltar a manutenção da margem bruta do canal em 72,6%, mesmo com uma ascensão nas vendas do B2C Digital (+29,4% vs. o 4T21), que por sua vez tem entregue rentabilidade constante ao Canal.



Same Store Sales

Abaixo é apresentado o *same store sales* consolidado e o *breakdown* por marcas relativo ao 4T22 e ano de 2022:

Same Store Sales	2022 vs. 2021	4T22 vs. 4T21
Le Lis	34,2%	11,1%
Dudalina	31,3%	11,6%
John John	24,3%	-7,4%
BO.BÔ	40,5%	25,0%
Rosa Chá	-4,6%	31,1%
Consolidado	32,1%	8,5%

Número de Lojas

O quadro abaixo apresenta o número de lojas físicas da Companhia, por marca:

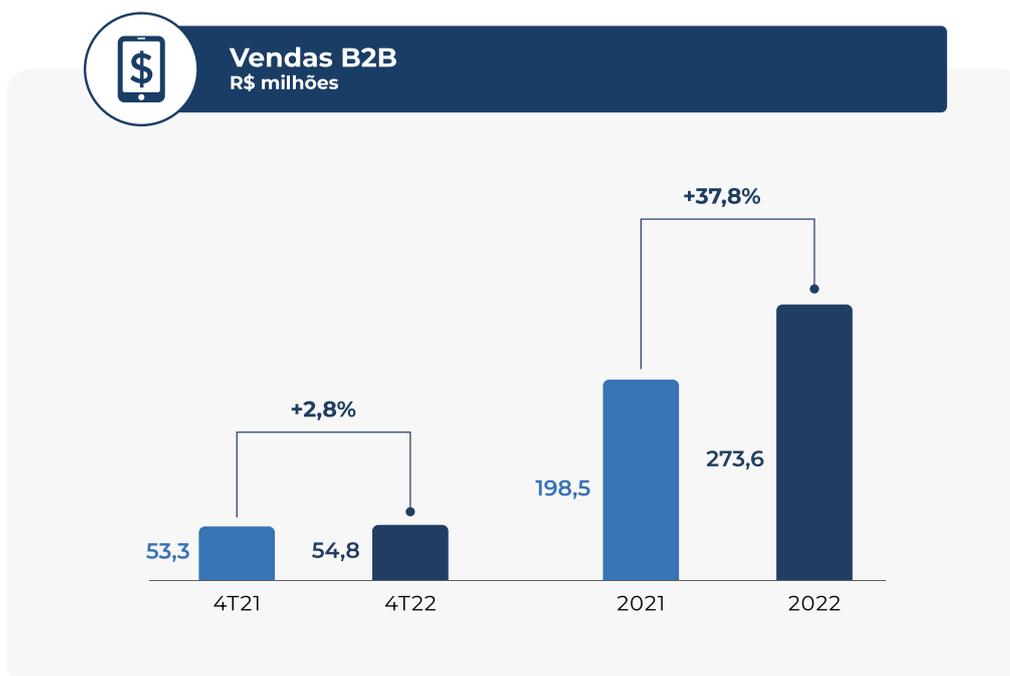
Número de lojas	4T22	4T21	VS.4T21	3T22	VS.3T22
Visão por marca	178	208	(30)	177	1
Le Lis	74	80	(6)	75	(1)
Dudalina	39	55	(16)	39	-
BO.BÔ	18	17	1	17	1
John John	46	48	(2)	46	-
Individual	1	-	1	-	1
Rosa Chá	-	8	(8)	-	-
Loja Estoque (Outlets)	10	17	(7)	9	1

Ao longo de 2022 a Companhia seguiu implementando o movimento de ajustes em sua base de lojas, buscando a manutenção de operações rentáveis. Durante o período houve, o encerramento de 37 operações líquidas representando uma redução de 16,4% no número de lojas.

Canal B2B

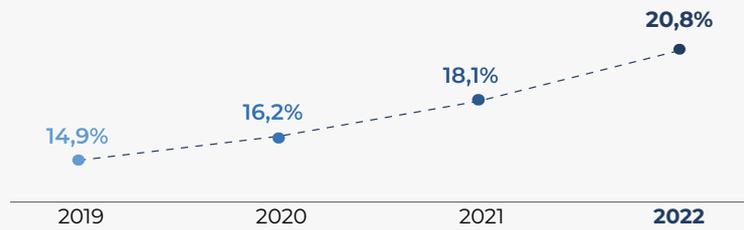
O Canal B2B encerra o ano com crescimento de vendas e avanço em todas as marcas. O faturamento bruto do canal foi de R\$ 273,6 milhões em 2022, com alta de 37,8% vs. 2021. No 4T22, o faturamento bruto foi de R\$ 54,8 milhões, 2,8% vs. o 4T21.

O número de clientes multimarcas atendidos no trimestre aumentou na comparação com o 4T21, com expansão de 13,3% nesse indicador, demonstrando o ganho de capilaridade e *market share* do Canal. Destaque para as marcas BO.BÔ, Individual e Dudalina, com maior alcance de clientes de 48,9%, 26,1% e 21,0%, respectivamente.



O Canal B2B cresceu 2,7 p.p. vs. 2021, atingindo um coeficiente de participação nas vendas de 20,8% no share de 2022.

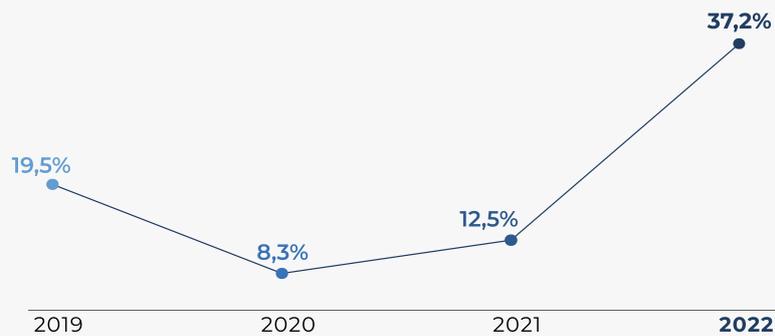
Representatividade do Canal B2B



Canal Outlets

Em 2022, o Canal Outlets atuou como canal complementar de vendas com escoamento de coleções passadas, e com preservação de margem. Operando sob a bandeira “Estoque”, o Canal entregou faturamento bruto de R\$ 82,4 milhões no ano, variação de -29,2% vs. 2021, mesmo com uma redução de 41,2% na base de lojas e com a maior margem bruta do canal nos últimos quatro anos, registrando 37,2% no período. No trimestre, o faturamento bruto foi de R\$ 22,5 milhões, -41,4% vs. o 4T21.

Margem Bruta do Canal



Marcas

Le Lis

A Le Lis faturou valor bruto de R\$ 159,6 milhões no trimestre, aumento de 7,0% vs, o 4T21. No acumulado de 2022, o faturamento bruto registrado foi de R\$ 579,0 milhões, com alta de 30,1% vs. 2021. As lojas reinauguradas no segundo trimestre de 2022, com o novo formato da marca, seguem com boa performance. Localizadas nos shoppings Iguatemi SP, JK Iguatemi e Alphaville Iguatemi, obtiveram desde suas reinaugurações um *same store sales* +56,4%, +40,1% e +41,1% vs. o mesmo período de 2021, respectivamente.

Dudalina

A Dudalina faturou valor bruto de R\$ 56,2 milhões no trimestre, com redução de -10,0% vs, o 4T21. No acumulado de 2022, o faturamento bruto registrado foi de R\$ 226,6 milhões, com alta de 19,6% vs. 2021. A marca realizou um ajuste na sua base de lojas focando em praças com maior rentabilidade. O resultado desse movimento foi o *same store sales* de 11,6% vs. o 4T21 e o aumento da receita líquida por m² de 150,4% no período.

John John

A John John faturou valor bruto de R\$ 64,2 milhões no trimestre, com redução de -3,7% vs, o 4T21. No acumulado de 2022, o faturamento bruto registrado foi de R\$ 252,6 milhões, com alta de 22,9% vs. 2021. O Canal B2B da marca obteve bons resultados, com vendas superiores ao 4T21 em 22,1%, a marca atingiu seu maior nível de faturamento anual do Canal nos últimos quatro anos.

BO.BÔ

A BO.BÔ faturou valor bruto de R\$ 27,5 milhões no trimestre, com aumento de 26,2% vs, o 4T21. No acumulado de 2022, o faturamento bruto registrado foi de R\$ 94,6 milhões, com alta de 40,7% vs. 2021. A base ativa de clientes da marca segue conquistando novos clientes e obteve aumento de 9,1% vs. O 4T21. Destaque para o ganho de clientes multicanal nesse período, com crescimento de 45,5%.

Individual

A Individual faturou valor bruto de R\$ 16,9 milhões no trimestre, com aumento de 3,5% vs, o 4T21. No acumulado de 2022, o faturamento bruto registrado foi de R\$ 70,9 milhões, com alta de 30,7% vs. 2021. A marca mostrou desempenho relevante na conquista de novos clientes multimarcas no período, com alta de 26,1% vs. o 4T21.

VESTE



Indicadores
Financeiros

Ajustes Considerados no Período

Demonstrativo do resultado do exercício R\$ mil	4T22	(-) ajustes	4T22 (ajustado)	2022	(-) ajustes	2022 (ajustado)
Receita líquida de vendas	277.496		277.496	1.065.898		1.065.898
(-) Custo dos produtos vendidos	(96.414)	7.566	(88.848)	(398.351)	7.566	(390.785)
(-) Depreciação & Amortização	(1.820)		(1.820)	(7.064)		(7.064)
Lucro bruto	179.262	7.566	186.828	660.483	7.566	668.049
Mg Bruta	64,6%		67,3%	62,0%		62,7%
Receitas (despesas) operacionais	13.019	(183.763)	(170.744)	(446.674)	(183.763)	(630.437)
(-) Pessoal	(64.373)		(64.373)	(241.748)		(241.748)
(-) Ocupação	(21.464)		(21.464)	(81.363)		(81.363)
(-) Marketing	(15.820)		(15.820)	(55.080)		(55.080)
(-) Outras receitas e despesas	164.259	(190.466)	(26.207)	93.986	(190.466)	(96.480)
(-) Depreciação & Amortização	(49.583)	6.703	(42.880)	(162.469)	6.703	(155.766)
Lucro (prejuízo) antes do resultado financeiro	192.281		16.083	213.809		37.611
(+/-) Resultado financeiro	(18.161)	(8.409)	(26.570)	(245.348)	(8.409)	(253.757)
Lucro (prejuízo) antes do IR e CS	174.120		(10.487)	(31.539)		(216.146)
(-) Imposto de renda e contribuição social	50.686		50.686	86.814		86.814
Lucro (prejuízo) líquido do exercício	224.806		40.199	55.275		(129.332)
Lucro (prejuízo) líquido do exercício (%ROL)	81,0%		14,5%	5,2%		-12,1%
EBITDA	254.195	(193.412)	60.783	393.853	(193.412)	200.441
Ebitda %	91,6%		21,9%	37,0%		18,8%

O cenário 4T22 ajustado considera os seguintes efeitos não recorrentes:

Custo dos produtos vendidos: (i) correspondente a baixas de estoques sendo, majoritariamente, de tecidos com baixo giro no valor de R\$ 7,5 milhões.

Outras receitas e despesas: (i) ganho de capital derivado da conversão das debêntures em ações, alocado na linha de "outras receitas" no valor de R\$ 233,9 milhões, (ii) provisão para devedores duvidosos e despesas jurídicas relativas ao processo de cobrança no valor de R\$ 21,2 milhões, (iii) despesas relacionadas ao fechamento e desmobilização de lojas encerradas e adequação da estrutura organizacional no valor de R\$ 22,3 milhões, abrangendo nesse valor o estorno do *impairment* de lojas reformadas em 2022, de R\$ 10,5 milhões.

Depreciação & amortização: (i) efeito de depreciação acelerada das lojas que serão reformadas em 2023, no valor de R\$ 6,7 milhões.

Resultado financeiro: (i) ajuste no resultado financeiro no valor de R\$ 8,4 milhões, decorrente do ganho referente ao valor justo da dívida pós conversão, conforme CPC 48 – Instrumentos financeiros.

Faturamento

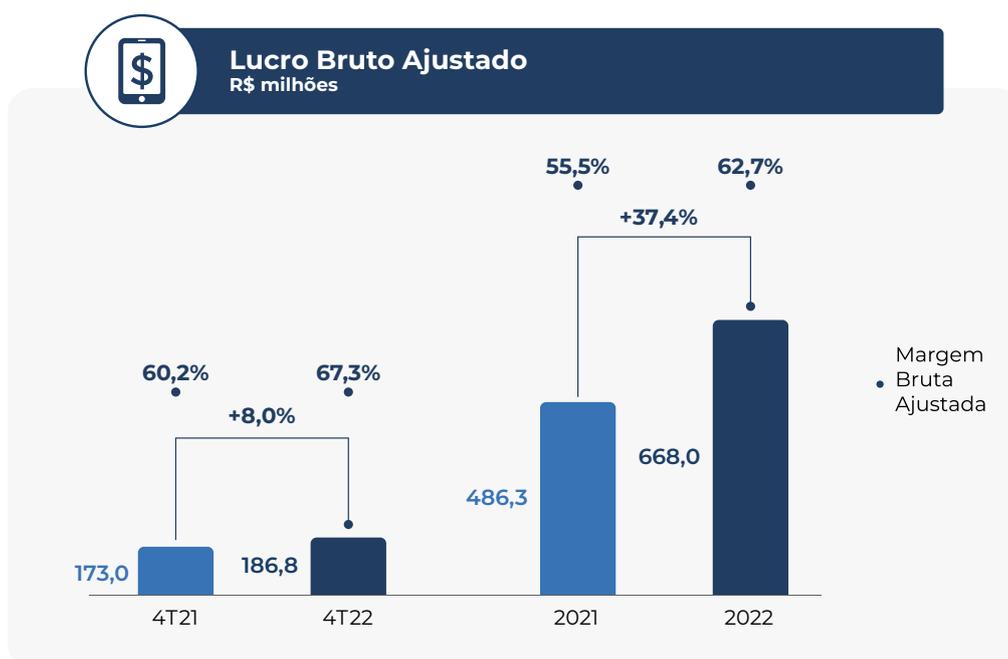
O faturamento bruto da Companhia foi de R\$ 347,6 milhões no 4T22, -3,5% vs. o 4T21 e R\$ 1,3 bilhão em 2022, resultado superior em 20,3% vs. 2021.

Faturamento Bruto R\$ milhões	4T21	4T22	Var. %	2021	2022	Var. %
Faturamento	360,1	347,6	-3,5%	1.094,4	1.316,5	20,3%
Por Canal						
B2C	268,5	270,3	0,7%	779,6	960,5	23,2%
Lojas Físicas	232,4	223,6	-3,8%	629,7	795,4	26,3%
Digital	36,1	46,7	29,4%	149,9	165,1	10,1%
B2B	53,3	54,8	2,8%	198,5	273,6	37,8%
Outlets	38,3	22,5	-41,4%	116,4	82,4	-29,2%
Lojas Outlets	34,6	19,0	-45,1%	103,9	71,9	-30,8%
Site Estoque	3,7	3,4	-6,6%	12,4	10,5	-15,5%
Por Marca						
Le Lis	149,2	159,6	7,0%	444,9	579,0	30,1%
Dudalina	62,4	56,2	-10,0%	189,4	226,6	19,6%
Individual	16,3	16,9	3,5%	54,2	70,9	30,7%
BO.BÔ	21,8	27,5	26,2%	67,2	94,6	40,7%
John John	66,7	64,2	-3,7%	205,5	252,6	22,9%
Rosa Chá	4,9	0,3	-93,1%	16,0	5,4	-66,3%
Estoque (Outlets)	38,3	22,5	-41,4%	116,4	82,4	-29,2%
Outras	0,6	0,5	-14,4%	0,7	4,9	622,3%

Lucro Bruto

O lucro bruto ajustado registrado no período foi de R\$ 186,8 milhões, +8,0% vs. o 4T21, com a margem bruta no 4T22 de 67,3%, +7,1p.p. vs. o 4T21. No acumulado do ano, o lucro bruto ajustado ficou em R\$ 668,0 milhões, +37,4% vs. 2021 com margem de 62,7%, +7,2p.p. vs. 2021.

O aumento do indicador é decorrente da melhora da margem bruta nos canais B2C e B2B, “efeito margem” de 570 bps no ano, e queda na representatividade do canal outlet, e “efeito canal” de 150 bps, totalizando um incremento de margem no período de 720 bps.



Despesas Operacionais

As despesas operacionais atingiram R\$ 127,9 milhões no 4T22, equivalente a 46,1% da receita líquida da Companhia no período. Em comparação ao mesmo período de 2021, o patamar de despesas se manteve linear, com crescimento de 0,3%. No acumulado do ano, houve um ganho de eficiência de 1,1p.p. nesse indicador, decorrente da diluição das despesas conforme a Companhia aumenta sua receita e eficiência operacional.

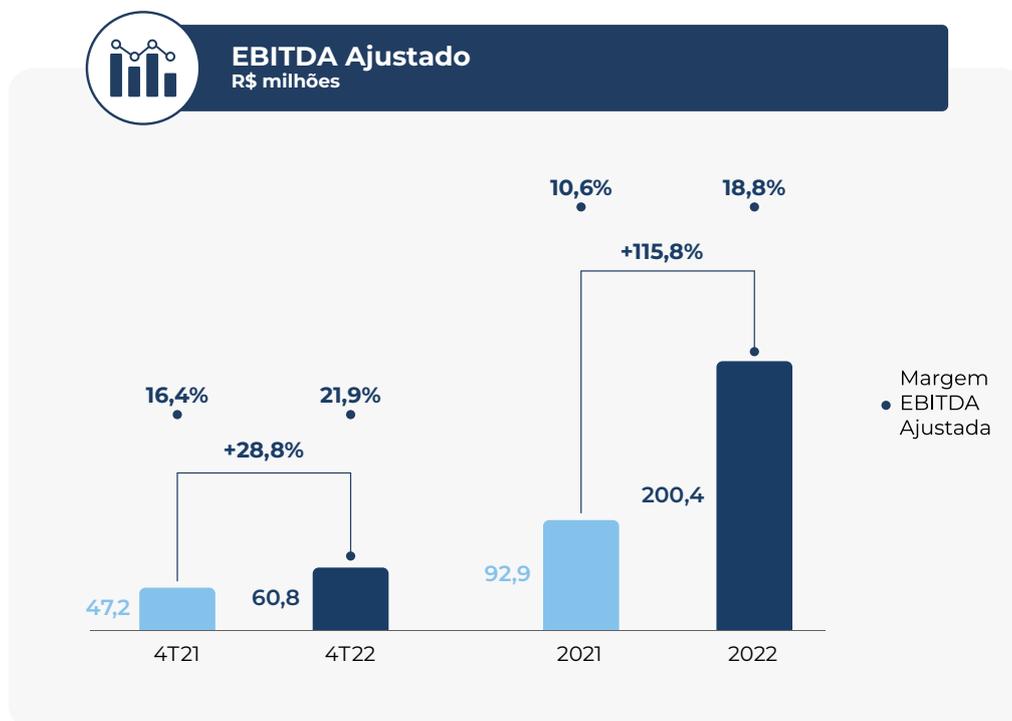
Despesas R\$ Mil	4T21 Ajustado	%ROL	4T22 Ajustado	%ROL	Var. %	2021 Ajustado	%ROL	2022 Ajustado	%ROL	Var. %
Pessoal	(65.566)	-22,8%	(64.373)	-23,2%	-1,8%	(208.524)	-23,8%	(241.748)	-22,7%	15,9%
Ocupação	(21.446)	-7,5%	(21.464)	-7,7%	0,1%	(74.611)	-8,5%	(81.363)	-7,6%	9,0%
Marketing	(15.791)	-5,5%	(15.820)	-5,7%	0,2%	(53.286)	-6,1%	(55.080)	-5,2%	3,4%
Comissão de cartão de crédito	(5.472)	-1,9%	(5.358)	-1,9%	-2,1%	(16.096)	-1,8%	(19.427)	-1,8%	20,7%
Outras receitas (despesas)	(19.257)	-6,7%	(20.849)	-7,5%	8,3%	(46.918)	-5,4%	(77.053)	-7,2%	64,2%
Subtotal	(127.532)	-44,4%	(127.864)	-46,1%	0,3%	(399.435)	-45,6%	(474.671)	-44,5%	18,8%
Depreciação e amortização	(45.416)		(42.880)		-5,6%	(146.478)		(155.766)		6,3%
SG&A	(172.948)		(170.744)		-1,3%	(545.913)		(630.437)		15,5%

Outras receitas (despesas): crescimento no ano decorrente do impacto, principalmente, de despesas de frete e mão de obra nas operações do B2C Digital, que acompanharam a melhor performance de vendas ao longo de 2022 e representaram 45,9% dessa variação. Excluindo esses impactos, a variação na linha de outras despesas seria de 34,7% em 2022.



EBITDA

O EBITDA ajustado da Companhia foi de R\$ 60,8 milhões no 4T22, +28,8% vs. o 4T21 e R\$ 200,4 milhões no ano de 2022, resultado superior em 115,8% vs. 2021. O avanço nesse indicador decorre do aumento de eficiência e qualidade das margens em todos os canais de venda, preservando o foco em rentabilidade e maior alavancagem operacional com redução de despesas em relação à receita líquida.



Fluxo de Caixa e Investimentos

O fluxo de caixa operacional no 4T22 foi de R\$ 75,7 milhões, com variação de 109,1% vs. o 4T21 em razão da melhor performance da operação de vendas da Companhia, que refletiu na linha do EBITDA. No ano a empresa gerou R\$ 240,2 milhões no fluxo de caixa operacional, +50,5% vs. 2021.

Em 2022, tivemos a retomada nos investimentos, que somaram R\$ 130,8 milhões, valor 50,8% vs. 2021. Entre eles destacam-se a modernização do parque de lojas, com ênfase nas lojas do *shopping* Iguatemi São Paulo, JK Iguatemi e Alphaville Iguatemi; e o processo de migração das plataformas de *e-commerce* para um novo provedor.

Fluxo de Caixa e Investimentos R\$ Mil	4T21	4T22	Var.%	2021	2022	Var.%
EBITDA	(12.372)	254.200		33.337	393.858	
(-) Efeitos da conversão das debêntures	-	(233.907)			(233.907)	
Subtotal	(12.372)	20.293		33.337	159.951	
Contas a receber	(58.108)	10.997		(53.815)	32.456	
Estoques	21.095	(19.234)		23.709	(48.817)	
Fornecedores	(15.931)	4.008		575	12.721	
Outros contas de giro	101.539	59.667		155.845	83.979	
FC Operacional	36.223	75.731	109,1%	159.651	240.290	50,5%
(-) Capex	(26.526)	(36.586)		(86.689)	(130.764)	
FC Operacional após investimentos	9.697	39.145	303,7%	72.962	109.526	50,1%
(+/-) Outras despesas com efeito caixa	(15.373)	6.689		(48.663)	(26.612)	
FC Antes das Atividades de Financiamento	(5.676)	45.834	n.a	24.299	82.914	241,2%

Endividamento e Estrutura de Capital

A dívida líquida da Companhia ao final do 4T22 era de R\$ 65,3 milhões.

Endividamento R\$ Mil	4T21	3T22	4T22
Caixa e equivalentes de caixa	46.109	39.194	62.992
Endividamento de curto prazo	(146.438)	(383.936)	(26)
Endividamento de longo prazo	(1.438.499)	(1.379.496)	(128.222)
Dívida Líquida	(1.538.828)	(1.724.238)	(65.256)

Conforme Fato Relevante e Aviso aos Debenturistas divulgados ao mercado em 20 de outubro de 2022, verificou-se a subscrição e integralização de ações no âmbito do Aumento de Capital correspondente a R\$ 1.637.456.000 (um bilhão, seiscentos e trinta e sete milhões, quatrocentos e cinquenta e seis mil reais), superior, portanto, à subscrição mínima de R\$ 1.580.000.000 (um bilhão e quinhentos e oitenta milhões de reais) ("Subscrição Mínima").

Com a recente conclusão do processo de conversão do endividamento em ações, redução de 92,6% do montante da dívida e o aumento de capital de R\$ 100 milhões (dos quais R\$ 20 milhões foram efetivados em dezembro de 2022), a estrutura de capital entra em um patamar de equilíbrio e controle, possibilitando-nos traçar novos planos de investimentos e expansão. Ao final do trimestre, o indicador Dívida Líquida/EBITDA totalizou 0,33x.

O endividamento atual é relativo ao saldo das debêntures da 12ª emissão que não foram convertidos e à futura 13ª emissão para os debenturistas que optaram por converter 75% de seu saldo em ações, totalizando R\$ 122,3 milhões.

Conforme temos feito ao longo dos últimos releases de resultados, para possibilitar uma visão da performance do negócio relacionada apenas à sua rentabilidade e à sua capacidade de gerar lucro líquido, apresentamos abaixo a análise desconsiderando o impacto dos juros da 12ª emissão de debêntures da Companhia em seu resultado. É possível verificar que, partindo do resultado ajustado de 2022 e excluindo o efeito de juros, a Companhia teria tido um lucro líquido de R\$ 55,7 milhões, equivalente a uma margem líquida de 5,2%.

Visão | Resultado acumulado ajustado | ex. juros debêntures convertidas

Demonstrativo do resultado do exercício R\$ mil	2021 (ajustado)	(-) Juros*	2021 (pós ajuste)	2022 (ajustado)	(-) Juros*	2022 (pós ajuste)
EBIT	(59.609)		(59.609)	37.611		37.611
(+/-) Resultado financeiro	(159.825)	109.125	(50.700)	(253.757)	185.035	(68.722)
(+/-) Imposto de renda e contribuição social	33.029	-	33.029	86.814	-	86.814
Lucro (prejuízo) líquido do exercício	(186.405)	109.125	(77.280)	(129.332)	185.035	55.703

Visão | Resultado trimestral ajustado | ex. juros debêntures convertidas

Demonstrativo do resultado do exercício R\$ mil	4T21 (ajustado)	(-) Juros*	4T21 (pós ajuste)	4T22 (ajustado)	(-) Juros*	4T22 (pós ajuste)
EBIT	17		17	16.083		16.083
(+/-) Resultado financeiro	(56.861)	39.207	(17.654)	(26.570)	6.542	(20.028)
(+/-) Imposto de renda e contribuição social	13.550	-	13.550	50.686	-	50.686
Lucro (prejuízo) líquido do exercício	(43.295)	39.207	(4.088)	40.199	6.542	46.741

*O juro considerado para fins do ajuste relativo ao 4T22 é referente ao período pré conversão, que vai dos dias 1 a 10 de outubro de 2022.

A full-page photograph of a blonde woman with long hair, wearing a long-sleeved, form-fitting leopard print dress with a high slit and silver high-heeled sandals. She is standing in a lush, tropical garden with large green plants and a large rock formation. Her right hand is raised to her hair, and her left hand rests on the rock.

**Demonstrativos
Financeiros**

Demonstrativo do Resultado do Exercício (Contábil)

Demonstrativo do resultado do exercício R\$ mil	4T21	4T22	vs. 4T21	2021	2022	vs. 2021
Receita Líquida de vendas	287.323	277.496	(9.827)	875.919	1.065.898	189.979
(-) Custo dos produtos vendidos	(141.690)	(96.409)	45.281	(412.675)	(398.346)	14.329
(-) Depreciação & Amortização	(1.761)	(1.825)	(64)	(6.033)	(7.069)	(1.036)
Lucro bruto	143.872	179.262	35.390	457.211	660.483	203.272
Margem Bruta %	50,1%	64,6%	14,5p.p	52,2%	62,0%	9,8p.p
Receitas (despesas) operacionais	(761.764)	13.019	774.783	(1.134.728)	(446.674)	688.054
(-) Pessoal	(65.566)	(64.373)	1.193	(208.524)	(241.748)	(33.224)
(-) Ocupação	(21.446)	(21.464)	(18)	(74.611)	(81.363)	(6.752)
(-) Marketing	(15.791)	(15.820)	(29)	(53.286)	(55.080)	(1.794)
(-) Outras receitas e despesas	(613.545)	164.259	777.804	(651.829)	93.986	745.815
(-) Depreciação & Amortização	(45.416)	(49.583)	(4.167)	(146.478)	(162.469)	(15.991)
Lucro (prejuízo) antes do resultado financeiro	(617.892)	192.281	810.173	(677.571)	213.809	891.326
(+/-) Resultado financeiro	(56.861)	(18.161)	38.700	(159.825)	(245.348)	(85.523)
Lucro (prejuízo) antes do IR e CS	(674.753)	174.120	848.873	(837.342)	(31.539)	805.803
(-) Imposto de renda e contribuição social	13.550	50.686	37.136	33.029	86.814	53.785
Lucro (prejuízo) líquido do exercício	(661.203)	224.806	886.009	(804.313)	55.275	859.588
Margem líquida %	-230,1%	81,0%	311,1p.p	-91,8%	5,2%	97,0p.p
EBITDA	(12.372)	254.200	266.572	33.337	393.858	360.521
Margem EBITDA %	-4,3%	91,6%	96p.p	3,8%	37,0%	33p.p

Balanço Patrimonial

Balanço Patrimonial R\$ mil	4T21	4T22
Ativo circulante	503.683	499.379
Caixa e bancos	34.155	48.835
Aplicações Financeiras	11.954	14.157
Contas a receber	156.901	111.400
Estoques	231.503	271.359
Impostos a recuperar	63.059	45.314
Despesas antecipadas	3.657	6.455
Outros créditos	2.454	1.859
Ativo não circulante	1.017.782	1.092.302
Depósito judicial	2.528	8.412
Imposto a recuperar	117.818	80.619
Imposto de renda e contribuição social diferidos	153.971	240.785
Contas a receber	7.739	626
Depósito garantia	-	-
Imobilizado	269.693	271.462
Intangível	466.033	490.398
Total do ativo	1.521.465	1.591.681

Balanço Patrimonial R\$ mil	4T21	4T22
Passivo circulante	481.113	375.533
Empréstimos e financiamentos	26.549	26
Debêntures	146.421	-
Cessão de recebíveis com direito de regresso	-	40.465
Fornecedores	116.838	129.559
Outras obrigações	114.199	134.969
Arrendamentos	56.240	52.532
Mútuos pagos - Partes Relacionadas	-	-
Provisões diversas	20.866	17.982
Passivo não circulante	1.568.076	280.919
Empréstimos e financiamentos	5.869	5.886
Debêntures	1.432.630	122.336
Obrigações tributárias	9.972	8.147
Arrendamentos	89.607	109.481
Provisão para contingências	29.998	35.069
Patrimônio Líquido	(527.724)	935.229
Capital Social	624.758	824.758
Reserva de capital	25	25
Ajustes acumulados de conversão	(1.179)	(962)
Recursos para aumento de capital	-	20.000
Reserva de lucro	-	91.408
Resultados acumulados	(1.151.328)	-
Total do passivo e patrimônio líquido	1.521.465	1.591.681

Fluxo de Caixa

Demonstrativo do Fluxo de Caixa R\$ mil	2021	2022
Das atividades operacionais		
Lucro (prejuízo) antes do IR e CS	(837.342)	(31.539)
Ajustes para reconciliar o resultado antes dos impostos ao caixa líquido gerado nas atividades operacionais	888.244	199.142
Depreciações e amortizações	152.511	169.533
Redução ao valor recuperável (impairment) de imobilizado e intangível	558.343	10.511
Resultado na venda/baixa do imobilizado	15	374
Perdas não realizadas com derivativos	-	-
Provisão para contingências	15.165	13.045
Despesa de juros	111.528	193.141
Despesas de juros sobre cessão de recebíveis com direito de regresso	-	6.419
Provisão para perdas em estoque	29.093	8.961
Variação cambial	103	-
Constituição para perda esperada de recebíveis comerciais	7.422	20.158
Provisões de devolução de venda	-	-
Provisões diversas	-	6.876
Juros de arrendamentos	14.064	16.120
Valor justo por conversão passivo financeiro extinto em Patrimônio Líquido	-	(233.907)
Valor justo por remensuração da dívida	-	(12.089)
Variação de ativos e passivos operacionais	60.809	31.299
Contas a receber	(53.815)	32.456
Estoques	23.709	(48.817)
Impostos a recuperar	55.860	54.944
Despesas antecipadas	(1.274)	(2.798)
Outros créditos a receber	670	596
Depósitos judiciais	560	(5.884)
Fornecedores	575	12.721
Provisões diversas	5.769	(9.760)
Obrigações tributárias	17.764	(5.738)
Obrigações trabalhistas	15.130	3.319
Outras contas a pagar	8	8.234
Depósito garantia	-	-
Pagamento de contingências	(4.147)	(7.974)
Caixa líquido proveniente (consumido) das atividades operacionais	111.711	198.902
Acréscimo do imobilizado	(14.030)	(29.820)
Acréscimo do intangível	(72.659)	(100.939)
Investimentos em títulos e valores mobiliários	(723)	(2.203)
Venda de ativo imobilizado	-	-
Caixa líquido utilizado nas atividades de investimento	(87.412)	(132.962)
Adição de empréstimos e debêntures	79.448	-
Captação de cessão de recebíveis com direito de regresso	-	144.818
Pagamento de empréstimos e debêntures	(49.450)	-
Pagamento de principal e juros de cessão de recebíveis com direito de regresso	-	(137.304)
Mútuo a pagar - Partes Relacionadas	-	-
Dividendos pagos	-	-
Pagamento de arrendamento mercantil financeiro	(76.117)	(75.747)
Pagamento de juros de empréstimos e debêntures	-	(393)
Aumento de Capital Social	-	109
Adiantamento para Aumento de Capital	-	20.000
Gastos com aumento de Capital Social	-	(2.960)
Caixa líquido proveniente (consumido) das atividades de financiamento	(46.119)	(51.477)
Efeito de variação cambial pela conversão de investimentos no exterior	(239)	217
Redução de caixa e equivalentes de caixa	(22.059)	(14.680)
Caixa e equivalentes de caixa		
No início do exercício	56.214	34.155
No fim do exercício	34.155	48.835
Redução de caixa e equivalentes de caixa	(22.059)	14.680

Resumo Operacional

	4T21	4T22	VAR.%	2021	2022	VAR.%
Total Rede						
Consolidado						
Total de Lojas Próprias	225	188	-16,4%	225	188	-16,4%
Área de vendas das Lojas Próprias (m ²)	46.182	40.197	-13,0%	46.182	40.197	-13,0%
Área média de vendas (m ²)	47.520	40.180	-15,4%	42.410	37.225	-12,2%
Receita líquida por m ² (R\$/m ²)	4.304	4.726	9,8%	11.690	16.627	42,2%
Ticket médio (ex-outlets)	731	856	17,1%	667	851	27,6%
SSS (ex-outlets)	72,4%	8,5%	n.a	64,2%	32,1%	n.a
Visão por Marca						
Le Lis						
Total de Lojas Próprias	80	74	-7,5%	80	74	-7,5%
Área de vendas (m ²)	25.930	23.961	-7,6%	25.930	23.961	-7,6%
Área média de vendas (m ²)	26.787	24.032	-10,3%	27.403	24.659	-10,0%
Receita líquida por m ² (R\$/m ²)	3.529	4.195	18,9%	9.806	14.365	46,5%
Ticket médio	796	957	20,1	728	941	29,3%
SSS	80,4%	11,1%	n.a	69,6%	34,2%	n.a
Dudalina						
Número Total de Lojas Próprias	55	39	-29,1%	55	39	-29,1%
Área de vendas das Lojas Próprias (m ²)	3.736	2.448	-34,5%	3.736	2.448	-34,5%
Área média de vendas (m ²)	3.945	2.395	-39,3%	4.100	2.830	-31,0%
Receita líquida por m ² (R\$/m ²)	7.449	10.388	39,5%	20.130	31.595	57,0%
Ticket médio	598	610	1,9%	500	627	25,2%
SSS	47,1%	11,6%	n.a	45,1%	31,3%	n.a
BO.BÔ						
Número Total de Lojas Próprias	17	18	5,9%	17	18	5,9%
Área de vendas das Lojas Próprias (m ²)	1.600	1.710	6,9%	1.600	1.710	6,9%
Área média de vendas (m ²)	1.714	1.674	-2,4%	1.786	1.619	-9,4%
Receita líquida por m ² (R\$/m ²)	8.278	10.409	25,7%	22.847	34.607	51,5%
Ticket médio	1.651	2.190	32,6%	1.463	2.109	44,2%
SSS	110,9%	25,0%	n.a	110,3%	40,5%	n.a
John John						
Número Total de Lojas Próprias	48	46	-4,2%	48	46	-4,2%
Área de vendas das Lojas Próprias (m ²)	7.945	7.642	-3,8%	7.945	7.642	-3,8%
Área média de vendas (m ²)	8.075	7.642	-5,4%	8.151	7.692	-5,6%
Receita líquida por m ² (R\$/m ²)	4.454	4.230	-5,0%	11.281	15.081	33,7%
Ticket médio	569	635	11,6%	540	654	21,1%
SSS	62,5%	-7,4%	n.a	53,5%	24,3%	n.a
Rosa Chá						
Número Total de Lojas Próprias	8	-	-100,0%	8	-	-100,0%
Área de vendas das Lojas Próprias (m ²)	849	-	-100,0%	849	-	-100,0%
Área média de vendas (m ²)	876	-	-100,0%	970	407	-58,0%
Receita líquida por m ² (R\$/m ²)	4.542	-	-100,0%	12.133	8.147	-32,9%
Ticket médio	1.415	-269	-119,0%	1.259	1.043	-17,2%
SSS	110,9%	31,1%	n.a	64,4%	-4,6%	n.a
Outlets						
Número Total de Lojas Próprias	17	10	-41,2%	17	10	-41,2%
Área de vendas das Lojas Próprias (m ²)	6.122	4.362	-28,7%	6.122	4.362	-28,7%
Área média de vendas (m ²)	6.122	4.362	-28,7%	6.230	4.581	-26,5%
Receita líquida por m ² (R\$/m ²)	4.325	3.307	-23,5%	12.581	11.784	-6,3%
Ticket médio	253	321	27,0%	266	351	32%
SSS	2,6%	-27,9%	n.a	29,0%	-14,4%	n.a



VESTE

WWW.VESTE.COM