

Comentário do Desempenho

2º trimestre 2022

A Kalunga é a maior varejista brasileira de suprimentos para escritório e material escolar por meio de suas 221 lojas físicas distribuídas em 20 Estados brasileiros e no Distrito Federal, nos principais shoppings centers e pontos estratégicos localizados nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Espírito Santo, Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Bahia, Pernambuco, Ceará, Goiás, Rio Grande do Norte, Sergipe, Alagoas, Paraíba, Rondônia, Maranhão, Mato Grosso, Pará e Piauí. Além das lojas possui os canais digitais, operando de forma totalmente integrada entre o ambiente online e offline (omnichannel). Para suportar sua operação, a Kalunga possui três centros de distribuição no estado de São Paulo e trabalha com 12 marcas exclusivas, distribuindo mais de 12 mil SKUs e oferecendo adicionalmente os serviços de gráfica rápida, acabamento e digitalização por meio do Copy & Print.

Mensagem da Administração

O ano de 2022 tem um significado muito especial para todos nós aqui na Kalunga. Primeiro, porque neste ano completamos 50 anos de uma história marcada por muito trabalho, dedicação, qualidade, inovação e comprometimento com a satisfação de nossos clientes, características que fizeram com que a pequena papelaria fundada em 1972, no bairro de Vila Mariana, São Paulo – Capital, ao longo dos anos se consolidasse no mercado, tornando-se a maior varejista do Brasil no segmento de suprimentos para escritório e material escolar, tendo atualmente 221 lojas físicas espalhadas pelo país e mais de 4.600 funcionários. Segundo, porque neste semestre atingimos R\$1.678,5 milhões de receita bruta, o maior valor de vendas obtido pela Companhia em períodos comparativos em toda sua história, com margem bruta de 38,5%, lucro líquido de R\$63,7 milhões e EBITDA de R\$221,2 milhões. Adicionalmente, acreditamos que contribuíram para este resultado: (i) nossa busca incessante por novas parcerias, inovações e oportunidades; (ii) o reaquecimento do mercado, alinhado ao período de volta às aulas, de forma presencial, tanto nas escolas públicas quanto privadas; (iii) a diminuição substancial das medidas de restrições relacionadas à COVID 19; (iv) o retorno gradual das atividades presenciais aos escritórios; (v) o incremento no movimento dos shoppings centers; (vi) bem como, o controle de despesas/custos.

Omnichannel

Acreditamos cada vez mais que a integração entre os canais *online* e *offline* é um diferencial competitivo relevante frente a outros *players* e por isso estamos sempre em busca de desenvolver a melhor relação com os nossos clientes, fornecedores, parceiros e colaboradores. Atualmente, 100% das nossas lojas oferecem o *Store Pick-up*, Quiosque e Quiosque *Pick-up*. Adicionalmente, implementamos ainda em 2021 o *Shipping from Store* em 204 lojas, conseguindo realizar a entrega dos produtos aos clientes em no máximo 2 horas.

A Companhia também é responsável pela operação de 7 *Online Partner Stores*, nas quais temos uma parceria com nossos fornecedores para operar seus *e-commerces*. Ao longo de 2021, agregamos a BIC, Epson, Faber-Castell e Duracell ao nosso portfólio e continuamos buscando por novos parceiros.

Vendas Digitais, Combinando Crescimento e Lucratividade

A pandemia do COVID-19 proporcionou um crescimento significativo nas vendas do Canal Digital. No entanto, entendemos que uma grande parte desse crescimento se deve também aos nossos investimentos

Comentário do Desempenho

2º trimestre 2022

em serviços diferenciados. No 6M2022, a receita líquida nos canais digitais foi de R\$236,0 milhões em comparação com os R\$212,6 milhões do mesmo período de 2021, o que representou um incremento de R\$23,4 milhões. Contudo, em função do retorno dos clientes às lojas físicas, houve a diminuição da participação do canal digital em relação a receita líquida total da Companhia, encerrando o período com 18,5% de participação.

O *website* da Companhia (Kalunga.com) contou com uma média mensal de aproximadamente, 29,3 milhões de visualizações no 6M2022. De seus 4 milhões de visitantes médios mensais, 2,4 milhões acessam o site via celular e 1,6 milhão, via computador.

A Companhia possui uma estratégia clara de progredir e desenvolver a área de logística de forma a (i) melhorar a satisfação dos clientes com maior eficiência e agilidade nas entregas; (ii) reduzir custos trazendo melhorias de rentabilidade; e (iii) expandir a presença nacional da Companhia, atendendo a regiões estratégicas e em expansão em termos de relevância para as vendas da Companhia.

Como reflexo desta estratégia, 92% das nossas entregas foram efetuadas dentro do prazo e 96% dos nossos clientes comprariam novamente, de acordo com dados da EBIT (Nielsen). Nossos indicadores nos levam a ter o prêmio de loja diamante, o mais alto prêmio reconhecido pelo EBIT (Nielsen).

Performance e Perspectivas

Nos primeiros seis meses de 2022 ("6M2022"), a Companhia atingiu receita líquida de R\$1.275,5 milhões, ante R\$1.039,6 milhões no mesmo período de 2021 ("6M2021"), apresentando lucro líquido de R\$63,7 milhões comparado com o lucro líquido de R\$35,9 milhões apresentado no mesmo período do ano anterior. A melhora da performance está relacionada diretamente ao período de volta às aulas, a inexistência de restrições ao funcionamento das lojas, as novas parcerias e mecanismos de vendas, a melhoria na gestão de custos e despesas por parte da Administração da Companhia.

A expectativa da Administração da Companhia é de que o desempenho no 2º semestre de 2022 seja superior ao mesmo período de 2021 e anteriores, sobretudo pelos seguintes motivos:

- Retorno aos escritórios: O tíquete médio de vendas B2B é 147,9% maior que o de B2C. Com a volta aos escritórios as vendas para pessoa jurídica cresceram substancialmente em todos os canais e como ainda há muitos escritórios que ainda estão voltando as atividades presenciais, a tendência será de crescer cada vez mais;
- Normalização das escolas: com o retorno das aulas presenciais nas escolas públicas e privadas, espera-se um aumento ainda maior das vendas de materiais escolares em comparação com o 2021. Sobretudo, após decreto de alguns governadores, em 2021, tornando a educação básica serviço essencial, portanto, prioritário ainda que em período de pandemia; e
- ~70% das lojas da Kalunga estão localizadas em shoppings. Com normalização dos horários de funcionamento destes, tem aumentado de forma gradual o fluxo de pessoas em nossas lojas.

Comentário do Desempenho

2º trimestre 2022

Evolução de lojas

No 6M2022, inauguramos 1 loja e descontinuamos 2 lojas, que tiveram suas perspectivas de lucratividade afetadas pela pandemia, encerrando assim o trimestre com 221 lojas.

Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD)

A Companhia visando atender a legislação, mas principalmente, garantir a segurança dos dados e a privacidade de seus clientes, colaboradores e parceiros comerciais informa que está investindo em sua estrutura de TI e ambiente web, sendo que até o momento foram investidos a R\$ 806 mil, distribuídos conforme seguir:

- Contratação de Seguro de Proteção de Dados e Responsabilidade Cibernética;
- Aquisição de 5 servidores via *leasing*;
- Aquisição de licença para uso do *software*;
- Serviço para a instalação do *software*; e
- Serviço de suporte técnico.

Estrutura de Capital

Consoante proposta da Diretoria Executiva de reforçar a estrutura de capital da Companhia, o Conselho de Administração, em reunião realizada em 24 de março de 2022, aprovou a proposta de aumento de capital social no montante de R\$47,8 milhões, mediante a capitalização das reservas de investimento e dos valores de dividendos mínimos obrigatórios apurados no exercício social findo em 31 de dezembro de 2021.

No dia 30 de abril de 2022, por meio de Assembleia Geral Ordinária e Extraordinária, os acionistas aprovaram o aumento de capital da Companhia conforme descrito no parágrafo anterior, reforçando a estrutura de capital da Companhia e, desta forma, elevando o capital social de R\$8,3 milhões para R\$56,1 milhões.

Por fim, agradecemos a todos os colaboradores da Kalunga, que continuam todos empenhados em ajudar a Companhia, principalmente, durante a pandemia.

Independente do cenário que enfrentarmos, buscaremos ser uma Companhia admirada por todos seus *stakeholders*.

A Administração

Comentário do Desempenho

2º trimestre 2022

Destaques operacionais e financeiros



CANAL DIGITAL

- ☞ A estratégia *omnichannel* da Companhia continua trazendo frutos na geração de receita. A receita líquida do canal digital atingiu R\$236,0 milhões no 6M2022 comparado aos R\$212,6 milhões no 6M2021, um incremento de 11,0%. Apesar de representar 18,5% da receita líquida total da Companhia no 6M2022, houve uma redução quando comparado aos 20,5% no 6M2021, tendo assim uma diminuição de 2.0 p.p.
- ☞ Durante 2022, foram iniciadas as operações de OPS (*Online Partner Store*) da BIC, Epson, Faber-Castell e Duracell em que a Kalunga tem exclusividade na administração e *fulfillment* de toda operação de *e-commerce* desses parceiros.
- ☞ Com isso, ficamos com 7 operações no conceito *full commerce* (HP, Brother, Spiral, BIC, Epson, Faber-Castell e Duracell) e continuamos as tratativas com outros parceiros que veem a possibilidade de unir a força de suas marcas, com a tecnologia e expertise em *e-commerce* da Kalunga.



LOJAS FÍSICAS

- ✎ Continuamos o plano de expansão do número de lojas com:
 - 1 loja aberta e 2 descontinuadas no 6M2022. Portanto, a Kalunga encerrou o 6M2022 com 221 lojas.
 - 7 lojas abertas e 6 descontinuadas no 6M2021. Portanto, a Kalunga encerrou o 6M2021 com 224 lojas.
 - A Receita Líquida das Lojas atingiu R\$1.037,7 milhões no 6M2022, que comparado com R\$825,9 milhões no 6M2021, apresentou um crescimento de 25,6%.
 - O *Same Store Sales* (SSS)¹ no 6M2022 foi de 23,2%, quando comparado a 19,0% no 6M2021.



COPY & PRINT

- ☞ A Receita Líquida do Copy & Print atingiu R\$1.762 mil no 6M2022 comparado ao R\$1.031 mil no período de 6M2021, portanto, representando um crescimento de 70,9%.
- ☞ Não foram inauguradas novas operações do Copy & Print no 6M2022.

¹ SSS – *Same Store Sales*, considera-se o crescimento das vendas brutas de mesmo período para todas as lojas que já estavam abertas no período anterior

Comentário do Desempenho

2º trimestre 2022



DESTAQUES FINANCEIROS E OPERACIONAIS

- § Receita líquida de R\$559,4 milhões no 2T2022, contra R\$489,3 milhões no 2T2021, portanto um crescimento de 14,3%. No período de 6M2022, a receita líquida foi de R\$1.275,5 milhões comparado a R\$1.039,6 milhões, um crescimento de 22,7%.
- § Lucro líquido de R\$10,4 milhões no 2T2022, contra um lucro líquido de R\$23,5 milhões no 2T2021, uma redução de 55,9%. No período de 6M2022, o lucro líquido foi de R\$63,7 milhões ante R\$35,9 milhões, tendo assim crescido 77,4%.
- § Os investimentos da Companhia em imobilizado e ativo intangível, para viabilizar os projetos, totalizaram R\$6,1 milhões no 6M2022 e R\$6,6 milhões no 6M2021.
- § Em 30 de junho de 2022 a Companhia contava com 4.624 colaboradores ativos e com um índice de rotatividade (*turnover*) de 13,1% e 4.544 funcionários ativos e *turnover* de 24,6% em 30 de junho de 2021.

Receita líquida de vendas

O 2T2022 atingiu uma receita líquida de R\$559,4 milhões, comparado a R\$489,3 milhões no mesmo período de 2021, portanto, um aumento de R\$70,2 milhões ou 14,3%, impulsionado especialmente pelo crescimento de 16,8% nas vendas de loja físicas.

No 6M2022, a receita líquida de vendas totalizou R\$1.275,5 milhões, comparado aos R\$1.039,6 milhões no 6M2021, representou um aumento de R\$235,9 milhões. Esse incremento de 22,7% da receita líquida é fruto do crescimento de 11,0% da receita líquida de canais digitais, sobretudo, pelo crescimento de 25,6% na receita líquida de lojas físicas no período, impulsionado pelo retorno às aulas nas escolas públicas e privadas, de forma substancialmente presencial e em razão da inexistência de quaisquer restrições ao funcionamento das lojas, cenário este totalmente diferente daquele apresentado no 6M2021.

(em R\$ mil, exceto %)	Trimestre findo em 30 de junho de			Período de seis meses findo em 30 de junho de		
	2022	2021	A.H.	2022	2021	A.H.
Lojas Físicas	448.990	384.359	16,8%	1.037.713	825.908	25,6%
Canal Digital	109.455	104.339	4,9%	235.999	212.618	11,0%
Copy & Print	975	555	75,7%	1.762	1.031	70,9%
Receita líquida	559.420	489.253	14,3%	1.275.474	1.039.557	22,7%

Comentário do Desempenho

2º trimestre 2022

Custo das mercadorias vendidas e serviços prestados

O custo das mercadorias vendidas e serviços prestados foi de R\$349,3 milhões no 2T2022 comparado com R\$316,5 milhões no mesmo período de 2021, ou seja, um incremento de 10,4% decorrente do incremento das vendas de mercadorias e serviços. No período de 6M2022 o custo das mercadorias vendidas e serviços prestados teve um incremento de R\$112,2 milhões ou 16,7%, quando totalizou R\$784,9 milhões comparado a R\$672,7 milhões no 6M2021, resultado do incremento de vendas.

(em R\$ mil, exceto %)	Trimestre findo em 30 de junho de			Período de seis meses findo em 30 de junho de		
	2022	2021	A.H.	2022	2021	A.H.
Custo das mercadorias vendidas e serviços prestados	(349.265)	(316.493)	10,4%	(784.860)	(672.664)	16,7%
% da Receita Líquida	-62,4%	-64,7%	-2,3 p.p.	-61,5%	-64,7%	-3,2 p.p.

Lucro bruto

O lucro bruto da Companhia atingiu R\$210,2 milhões no 2T2022, comparado a R\$172,8 milhões em relação ao mesmo período de 2021. Esse incremento de 21,6% ou R\$37,4 milhões do lucro bruto é resultado do incremento na receita líquida e da redução do custo em relação as vendas. O lucro bruto acumulado no 6M2022 foi de R\$490,6 milhões comparado a R\$366,9 milhões no 6M2021, um incremento de R\$123,7 milhões ou 33,7%. A margem bruta do período ficou 3,2 pontos percentuais maior, atingindo 38,5% e 35,3% no mesmo período do ano anterior, fruto do retorno do crescimento das vendas e da mudança da estratégia da Companhia de recompor, de forma criteriosa, as margens dos produtos baseado na força da marca Kalunga.

(em R\$ mil, exceto %)	Trimestre findo em 30 de junho de			Período de seis meses findo em 30 de junho de		
	2022	2021	A.H.	2022	2021	A.H.
Lucro Bruto	210.155	172.760	21,6%	490.614	366.893	33,7%
% da Receita Líquida	37,6%	35,3%	2,3p.p.	38,5%	35,3%	3,2p.p.

Despesas operacionais

As despesas operacionais no 2T2022 foram de R\$164,0 milhões, que representa 29,3% da receita líquida. No mesmo período de 2021, foram de R\$118,1 milhões, correspondente a 24,1% da receita. Desta forma, houve o aumento de 5,2 pontos percentuais entre os trimestres, o equivalente a R\$45,9 milhões. Portanto,

Comentário do Desempenho

2º trimestre 2022

representando uma diminuição de margem operacional pelo aumento percentual das despesas operacionais.

No 2T2022, as despesas com vendas tiveram um incremento de 14,0%, consequência de não haver mais em 2022 as reduções decorrentes de abatimentos nos aluguéis, bem como, pelo reflexo do aumento da inflação sobre as despesas com pessoal, serviços de terceiros e outros, além dos reajustes de energia e frete. As despesas gerais e administrativas tiveram um aumento de 38,0%, resultante da inexistência do incentivo federal para preservação do emprego da MP 1.045 (anteriormente MP 936/20) que ficou vigente até agosto de 2021, bem como, em decorrência do efeito da inflação sobre serviços de terceiros e outros.

No período de 6M2022, as despesas operacionais foram de R\$332,9 milhões, registrando um aumento de 23,9% em comparação ao mesmo período de 2021 que registrou R\$268,6 milhões. Este aumento foi atenuado sobretudo pela retomada gradual da operação da Companhia com a diminuição substancial das restrições, bem como, pela contabilização, no 2º trimestre de 2021, do crédito de PIS/COFINS, decorrente da exclusão do ICMS da sua base de cálculo, no valor nominal de R\$23,1 milhões.

(em R\$ mil, exceto %)	Trimestre findo em 30 de junho de			Período de seis meses findo em 30 de junho de		
	2022	2021	A.H.	2022	2021	A.H.
Com vendas	(141.746)	(124.362)	14,0%	(293.282)	(258.021)	13,7%
Gerais e administrativas	(23.272)	(16.860)	38,0%	(44.191)	(33.186)	33,2%
Outras receitas (despesas), líquidas	993	23.072	-95,7%	1.599	22.569	-92,9%
Despesas operacionais	(164.025)	(118.150)	38,8%	(332.874)	(268.638)	23,9%
% da Receita líquida	-29,3%	-24,1%	5,2p.p.	-26,1%	-25,8%	0,3p.p.

Lucro operacional

O lucro operacional foi de R\$46,1 milhões no 2T2022, frente aos R\$54,6 milhões atingidos no 2T2021, portanto, um decréscimo de 15,5% ou redução de R\$ 8,5 milhões. A margem operacional, teve um decréscimo de 3,0 pontos percentuais, representando uma margem de 8,2% no 2T2022 e 11,2% no mesmo período de 2021.

Desta forma, o lucro operacional acumulado no 6M2022 totalizou R\$157,7 milhões, representando 12,4% da receita líquida ante 9,5% registrado no 6M2021, quando totalizou R\$98,2 milhões. Esse incremento no Lucro Operacional decorre, principalmente, do aumento de receitas no período, da expansão de margem bruta e da representatividade das despesas operacionais no período. Desta forma, o lucro operacional incrementou nominalmente em R\$59,5 milhões no semestre, ou 60,5%.

Comentário do Desempenho

2º trimestre 2022

(em R\$ mil, exceto %)	Trimestre findo em 30 de junho de			Período de seis meses findo em 30 de junho de		
	2022	2021	A.H.	2022	2021	A.H.
Lucro Operacional	46.130	54.610	-15,5%	157.740	98.255	60,5%
% da Receita Líquida	8,2%	11,2%	-3,0.p.p	12,4%	9,5%	2,9p.p

Resultado financeiro líquido

O resultado financeiro líquido do 2T2022 foi uma despesa financeira líquida de R\$32,5 milhões comparado a R\$21,7 milhões no 2T2021, representando 5,8% e 4,4% da receita líquida respectivamente, ou seja, um acréscimo de 1,4 pontos percentuais. No período de 6M2022 foram registradas despesas financeiras de R\$131,6 milhões e receitas financeiras de R\$66,8 milhões, apurando uma despesa financeira líquida de R\$64,8 milhões. No 6M2021, as despesas financeiras totalizaram R\$74,3 milhões enquanto as receitas financeiras foram de R\$27,6 milhões, apurando uma despesa financeira líquida de R\$46,8 milhões, representando 5,1% e 4,5% da receita líquida respectivamente, ou seja, um acréscimo de 0,6 pontos percentuais.

(em R\$ mil, exceto %)	Trimestre findo em 30 de junho de			Período de seis meses findo em 30 de junho de		
	2022	2021	A.H.	2022	2021	A.H.
Despesas financeiras	(66.779)	(38.686)	72,6%	(131.610)	(74.350)	77,0%
Receitas financeiras	34.318	16.966	102,3%	66.828	27.591	142,2%
Resultado financeiro	(32.461)	(21.720)	49,5%	(64.782)	(46.759)	38,5%
% da Receita Líquida	-5,8%	-4,4%	1,4p.p	-5,1%	-4,5%	0,6p.p

Lucro antes do imposto de renda e da contribuição social

O resultado antes do imposto de renda e da contribuição social no 2T2022 foi um lucro de R\$13,7 milhões, comparado a um lucro de R\$32,9 milhões no 2T2021, representando 2,4% e 6,7% de receita líquida respectivamente, ou seja, um decréscimo de 4,3 pontos percentuais.

No 6M2022, o lucro antes do imposto de renda e da contribuição social totalizou R\$93,0 milhões, comparado a R\$51,5 milhões apresentado no mesmo período do ano anterior, representando 7,3% e 5,0% de receita líquida respectivamente, ou seja, um acréscimo de 2,3 pontos percentuais.

Comentário do Desempenho

2º trimestre 2022

(em R\$ mil, exceto %)	Trimestre findo em 30 de junho de			Período de seis meses findo em 30 de junho de		
	2022	2021	A.H.	2022	2021	A.H.
Lucro (Prejuízo) antes do IR e da CS	13.669	32.890	-58,4%	92.958	51.496	80,5%
% da Receita Líquida	2,4%	6,7%	-4,3p.p	7,3%	5,0%	2,3p.p

Imposto de renda e contribuição social

O imposto de renda e contribuição social (corrente e diferido) no 2T2022 totalizaram uma despesa de R\$3,3 milhões frente a uma despesa de R\$9,4 milhões no 2T2021, uma redução de 64,8%, decorrente do imposto de renda e da contribuição social diferidos consequente da utilização dos créditos de PIS/COFINS sobre a exclusão do ICMS de sua base de cálculo, bem como pela utilização do benefício fiscal da Lei do Bem proveniente dos investimentos da Companhia em tecnologia para o atendimento da LGPD. No 6M2022 o imposto de renda e contribuição social (corrente e diferido) foram despesas de R\$29,3 milhões comparativamente a despesa de R\$15,6 milhões de imposto no 6M2021. Esse imposto representou 31,5% do resultado antes do imposto de renda e contribuição social gerado no 6M2022 comparado com 30,3% atingidos no 6M2021.

(em R\$ mil, exceto %)	Trimestre findo em 30 de junho de			Período de seis meses findo em 30 de junho de		
	2022	2021	A.H.	2022	2021	A.H.
Corrente	(12.322)	(6.509)	89,3%	(43.025)	(15.245)	182,2%
Diferido	9.012	(2.901)	-410,7%	13.741	(368)	-3.834,0%
IR e CSLL	(3.310)	(9.410)	-64,8%	(29.284)	(15.613)	87,6%
% do Lucro (Prejuízo) antes do IR/CS	-24,2%	-28,6%	4,4p.p	-31,5%	-30,3%	1,2p.p

Lucro líquido do período

No 2T2022 a Companhia apresentou um lucro líquido de R\$10,4 milhões contra um lucro líquido de R\$23,5 milhões no 2T2021, portanto, um decréscimo de 55,9%, equivalente a uma redução nominal de R\$13,1 milhões. No 6M2022, o lucro líquido da Companhia foi de R\$63,7 milhões comparado a um lucro líquido de R\$35,9 milhões no 6M2021. Desta maneira, o lucro líquido teve um acréscimo de 77,4%, equivalente a um aumento nominal de R\$27,8 milhões. Esse desempenho operacional é explicado pelas razões mencionadas anteriormente.

Comentário do Desempenho

2º trimestre 2022

(em R\$ mil, exceto %)	Trimestre findo em 30 de junho de			Período de seis meses findo em 30 de junho de		
	2022	2021	A.H.	2022	2021	A.H.
Lucro Líquido do Período	10.359	23.480	-55,9%	63.674	35.883	77,4%
% da Receita Líquida	1,9%	4,8%	-2,9p.p	5,0%	3,5%	1,5p.p

EBITDA

No 2T22, o EBITDA da Companhia foi de R\$78,3 milhões comparado a R\$83,9 milhões no 2T2021, representando uma redução no valor nominal de R\$5,6 milhões ou de 6,7%, em função das razões mencionadas anteriormente. No 6M2022, o EBITDA da Companhia foi de R\$221,2 milhões comparado a R\$156,7 milhões no 6M2021, equivalendo, portanto, um aumento de R\$64,7 milhões ou 41,2%.

Conciliação do EBITDA

(em R\$ mil, exceto %)	Trimestre findo em 30 de junho de			Período de seis meses findo em 30 de junho de		
	2022	2021	A.H.	2022	2021	A.H.
Lucro Líquido do Período	10.359	23.480	-55,9%	63.674	35.883	77,4%
(+) IR / CS	3.310	9.410	64,8%	29.284	15.613	87,6%
(+) Resultado financeiro, líquido	32.461	21.720	49,5%	64.782	46.759	38,5%
(+) Depreciação e amortização	32.194	29.302	9,9%	63.455	58.437	8,6%
EBITDA Total	78.324	83.912	-6,7%	221.195	156.692	41,2%

Situação patrimonial

Patrimônio líquido

Em 30 de junho de 2022, o patrimônio líquido era de R\$124,6 milhões e R\$48,9 milhões em 31 de dezembro de 2021. Em relação ao total do passivo e patrimônio líquido, o patrimônio líquido passou a representar 5,6% desse total em 30 de junho de 2022, ante 2,1% em 31 de dezembro de 2021. Esse incremento de 154,5% do patrimônio líquido no 2T2022 é consequência do lucro líquido apurado no semestre de R\$63,7 milhões.

(em R\$ mil, exceto %)	30/06/2022	31/12/2021	A.H.
Patrimônio Líquido	124.578	48.947	154,5%
Total do Passivo e PL	2.233.934	2.323.794	-3,9%
% Passivo/ PL	5,6%	2,1%	3,5 p.p

Comentário do Desempenho

2º trimestre 2022

Dívida Líquida

A dívida líquida totalizou R\$576,2 milhões em 30 de junho de 2022, 13,8% abaixo da dívida líquida apurada em 31 de dezembro de 2021, sendo que o endividamento bruto apresentado foi de R\$593,6 milhões, portanto uma redução nominal de R\$94,8 milhões, ou 13,8%, em comparação com o saldo em 31 de dezembro de 2021. As disponibilidades ficaram em R\$15,3 milhões, portanto, houve uma redução de R\$0,9 milhão ou 5,5%.

(em R\$ mil, exceto %)	30/06/2022	31/12/2021	A.H.
Dívida Bruta	593.608	688.372	-13,8%
(-) Aplicação Financeira	(2.081)	(3.487)	-40,3%
(-) Caixa e Equivalentes de Caixa	(15.310)	(16.201)	-5,5%
Dívida Líquida	576.217	668.684	-13,8%

Relacionamento com auditores independentes _____

Em atendimento à Instrução CVM nº 381, de 14.01.2003, e ao Ofício-Circular CVM/SNC/SEP nº 002/2006, de 28.12.2006, a Kalunga informa que no trimestre findo em 30 de junho de 2022 não contratou outros serviços, que não sejam relacionados aos de auditoria da Ernst & Young Auditores Independentes S.S.