



VIVARA

3T24 • VIDEOCONFERÊNCIA DE

RESULTADOS

Mensagens e destaques

PRINCIPAIS MENSAGENS 3T24

ACELERAÇÃO DO CRESCIMENTO

Continuidade do robusto desempenho de vendas, com 20,0% de crescimento da receita bruta líquida de devoluções (vs 3T23), impulsionado pelo aprimoramento na alocação de estoques, especialmente nas lojas Vivara. Receita líquida com crescimento de 23,1% beneficiada pela dinâmica favorável da receita de subvenções (crédito presumido de ICMS) na linha de Deduções.

CONSOLIDAÇÃO DO MERCADO DE JOIAS

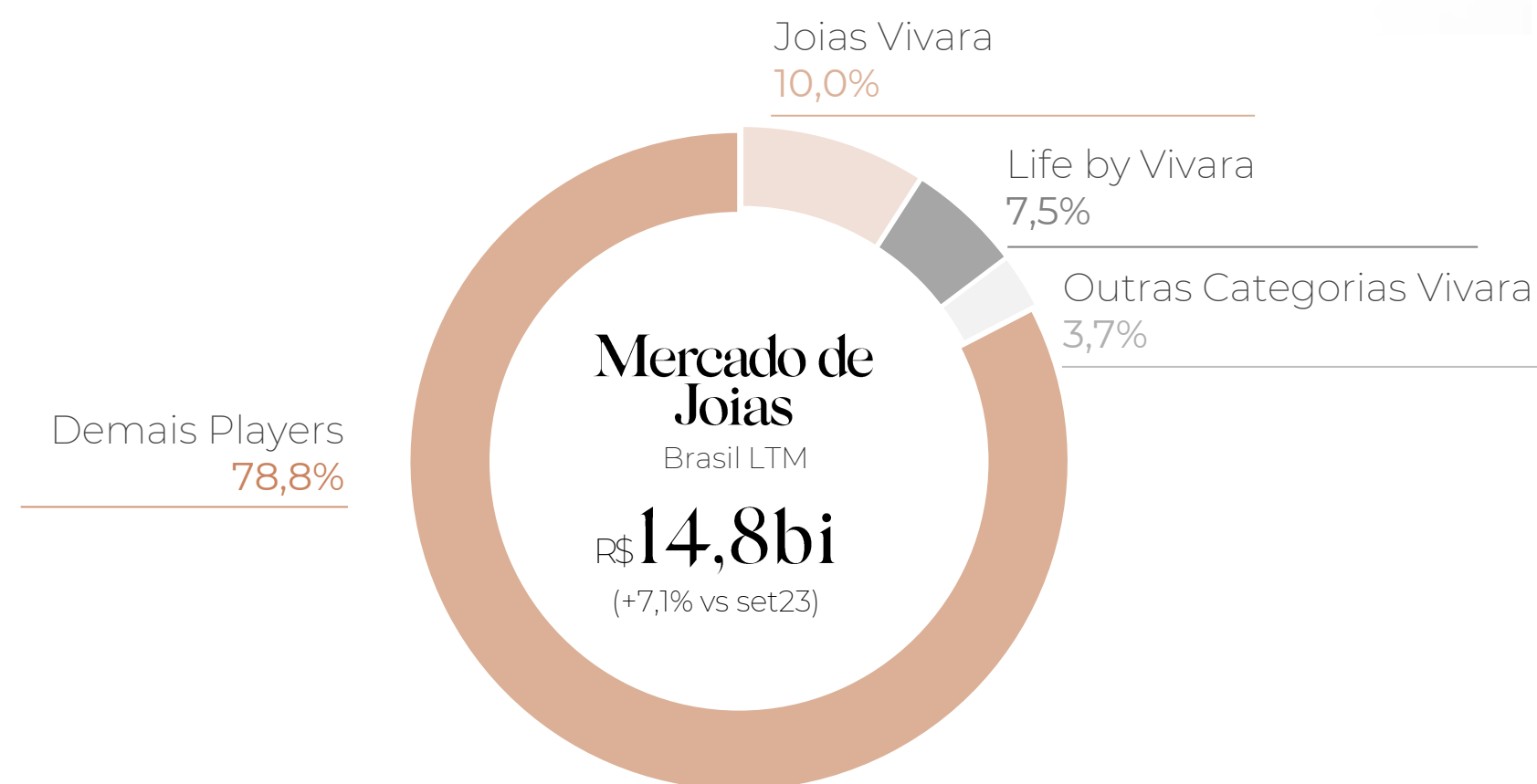
21,2% de participação no Mercado de Joias Brasil em set/24 +2,4 p.p. vs set/23

EXPANSÃO DE RENTABILIDADE

EBITDA ajustado de R\$ 127,4 milhões no 3T24 (44% vs. 3T23) e 22,6% de margem (+3,2p.p.), com destaque para a alavancagem operacional vinda das despesas com vendas (normalização dos patamares da linha de Pessoal e revisita das despesas de marketing/eventos), bem como de uma estrutura de G&A mais otimizada.

FORTALECIMENTO DA ESTRUTURA DE CAPITAL

Companhia registrou R\$ 5,4 milhões de geração de caixa operacional (após IR, juros e arrendamentos), um aumento de R\$ 18,6 milhões, comparado a um consumo de R\$ 13,2 milhões no 3T23.





DESTAQUES 3T24

R\$ 697,4 milhões

RECEITA BRUTA | +20,0% vs 3T23
(Líq. de devoluções)

+13,5%

SSS | Lojas Físicas + Digital
vs 12,3% no 3T23 | 11,6% no 2T24

R\$ 593,8 milhões

VENDAS FÍSICAS | +21,1% vs 3T23

R\$ 362,5 milhões

RECEITA CATEGORIA JOIAS
+22,3% vs 3T23

R\$ 127,4 milhões

EBITDA AJUSTADO
+43,7% vs 3T23

22,6%

MARGEM EBITDA AJUSTADO
+3,2 p.p. vs 3T23

R\$ 5,4 milhões

GERAÇÃO DE CAIXA OPERACIONAL
vs. consumo de R\$13,2 mm em 3T23

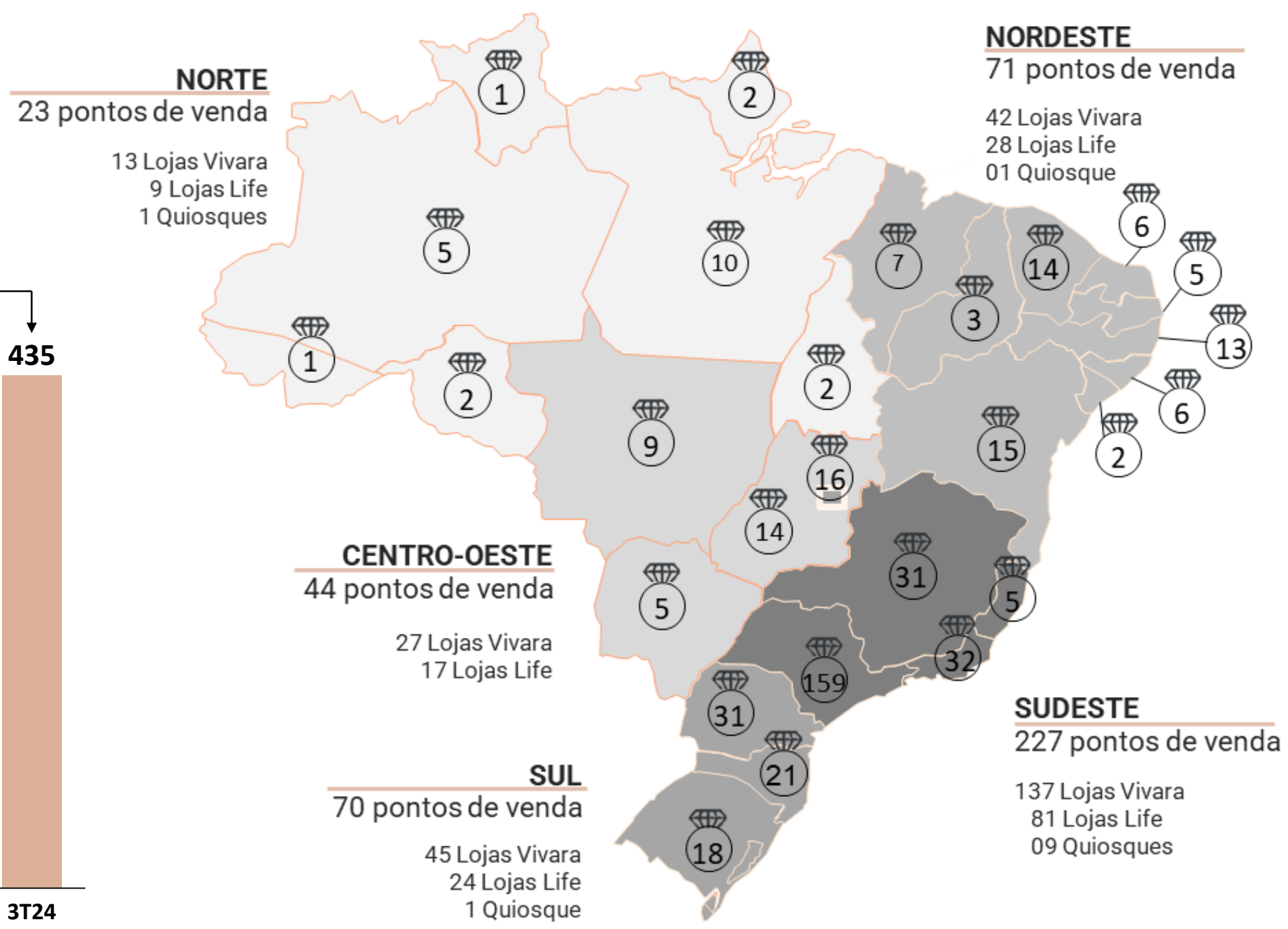
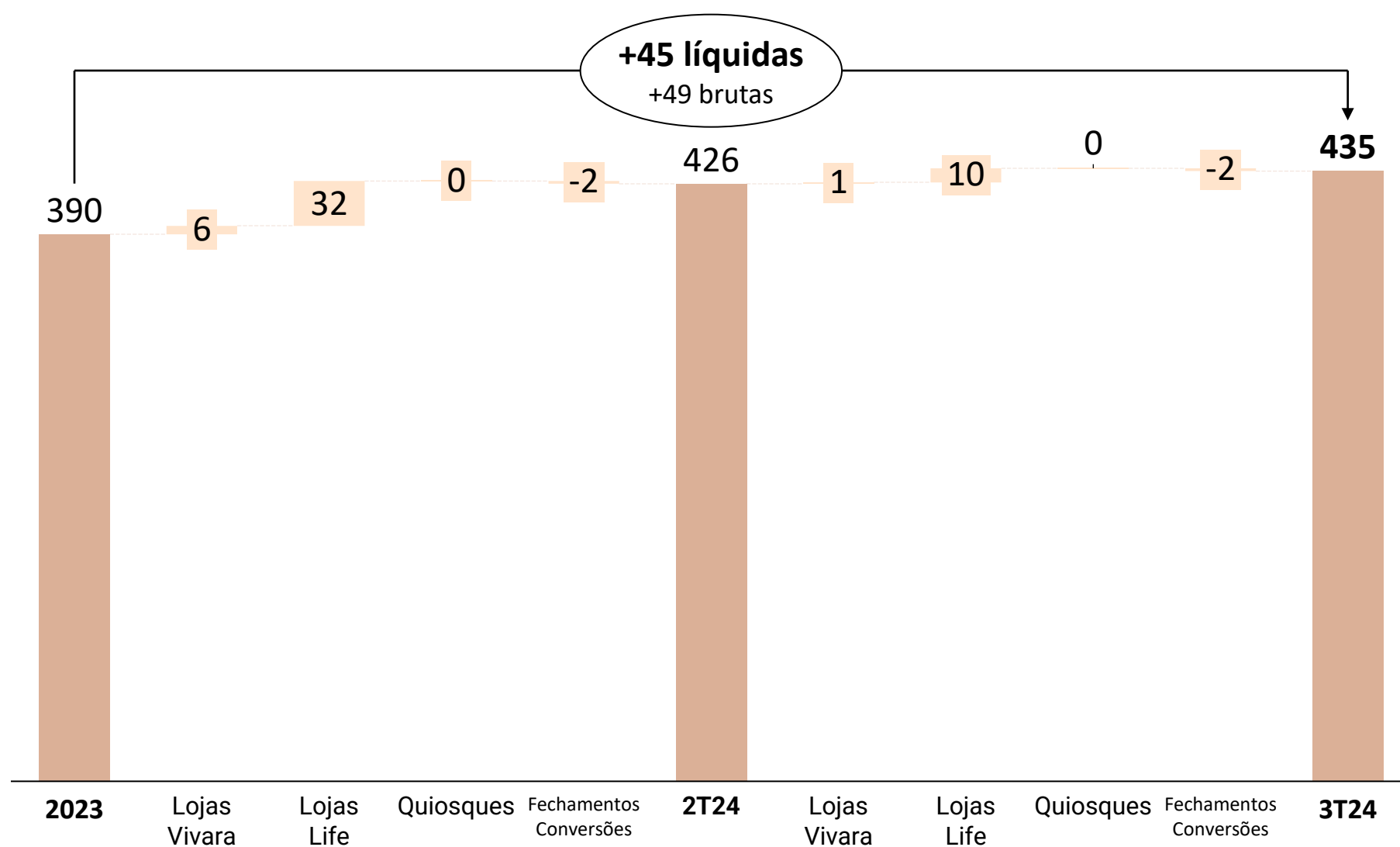
+11 lojas

NOVAS LOJAS
+1 Loja Vivara e +10 Lojas Life

EXPANSÃO 3T24

ABERTURA DE LOJAS

+45 líquidas
+49 brutas



DESTAQUES FINANCEIROS

Principais Indicadores Financeiros (R\$ mil)	3T24	3T23	Δ% 24vs23	9M24	9M23	Δ% 24vs23
Receita Bruta (liq. de devoluções)	697.405	581.241	20,0%	2.108.858	1.770.835	19,1%
Receita Líquida	562.900	457.311	23,1%	1.663.812	1.408.847	18,1%
SSS (lojas físicas)	13,5%	6,1%	na	14,6%	8,8%	na
SSS (lojas físicas + digital)	13,5%	12,3%	na	13,8%	14,2%	na
Lucro bruto	376.710	309.042	21,9%	1.131.460	971.725	16,4%
Margem Bruta (%)	66,9%	67,6%	(0,7 p.p.)	68,0%	69,0%	(1,0 p.p.)
EBITDA	149.694	121.096	23,6%	494.644	359.635	37,5%
<i>Margem Ebitda (%)</i>	<i>26,6%</i>	<i>26,5%</i>	<i>0,1 p.p.</i>	<i>29,7%</i>	<i>25,5%</i>	<i>4,2 p.p.</i>
EBITDA Ajustado	127.358	88.611	43,7%	356.883	279.069	27,9%
<i>Margem Ebitda Ajustada (%)</i>	<i>22,6%</i>	<i>19,4%</i>	<i>3,2 p.p.</i>	<i>21,4%</i>	<i>19,8%</i>	<i>1,6 p.p.</i>
Lucro Líquido	107.165	76.539	40,0%	353.936	225.094	57,2%
<i>Margem Liquida (%)</i>	<i>19,0%</i>	<i>16,7%</i>	<i>2,3 p.p.</i>	<i>21,3%</i>	<i>16,0%</i>	<i>5,3 p.p.</i>
Geração de Caixa Operacional	5.357	(13.228)	140,5%	262.409	16.808	1461,3%

RECEITA

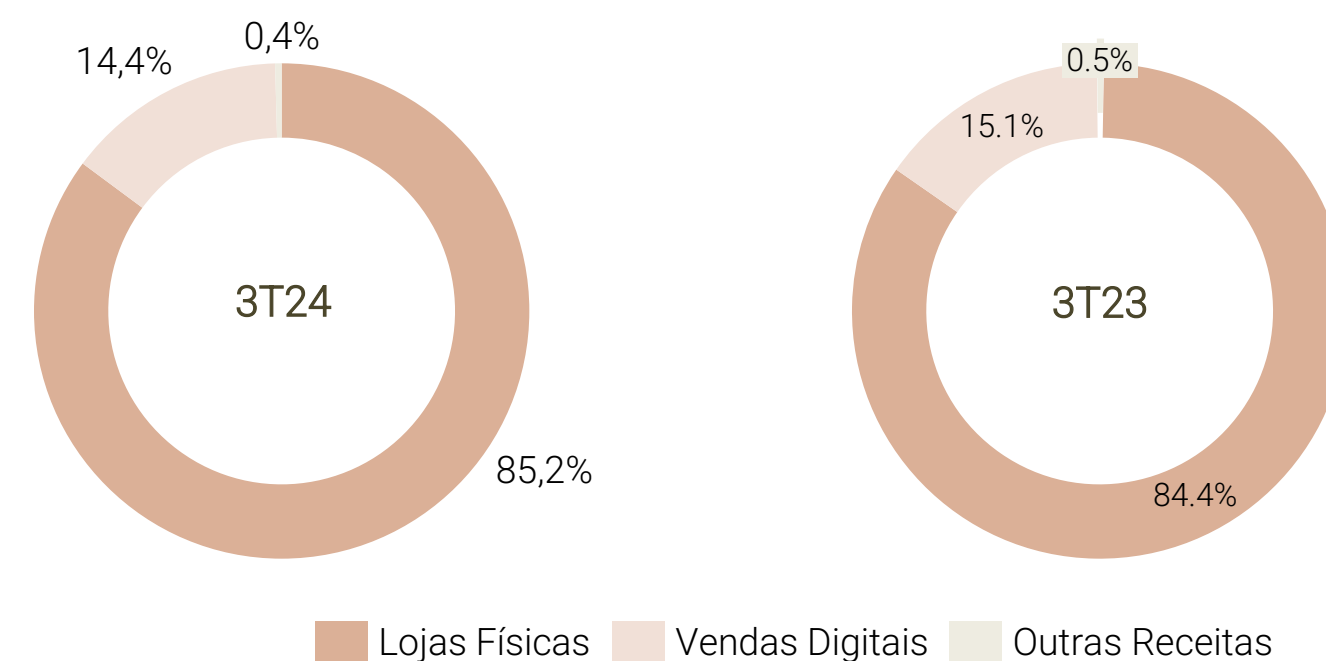
Receita por canal (R\$ mil)	3T24	3T23	Δ% 24vs23	9M24	9M23	Δ% 24vs23
Receita Bruta (Líqu. de devoluções)	697.405	581.241	20,0%	2.108.858	1.770.835	19,1%
Lojas Físicas	593.848	490.512	21,1%	1.810.470	1.496.583	21,0%
Lojas Vivara	461.599	399.135	15,6%	1.401.872	1.223.817	14,5%
Lojas Life	127.176	83.240	52,8%	392.062	247.829	58,2%
Quiosques	5.073	8.137	-37,7%	16.536	24.937	-33,7%
Vendas Digitais	100.595	88.040	14,3%	288.233	263.106	9,6%
Outros	2.962	2.689	10,2%	10.155	11.147	-8,9%
Deduções	(134.505)	(123.930)	8,5%	(445.046)	(361.988)	22,9%
Receita Líquida	562.900	457.311	23,1%	1.663.812	1.408.847	18,1%
SSS (lojas físicas)	13,5%	6,1%	na	14,6%	8,8%	na
SSS (lojas físicas + digital)	13,5%	12,3%	na	13,8%	14,2%	na

+16,4%

crescimento de volume de peças vendidas vs 3T23

+3,1%

crescimento do preço médio vs 3T23



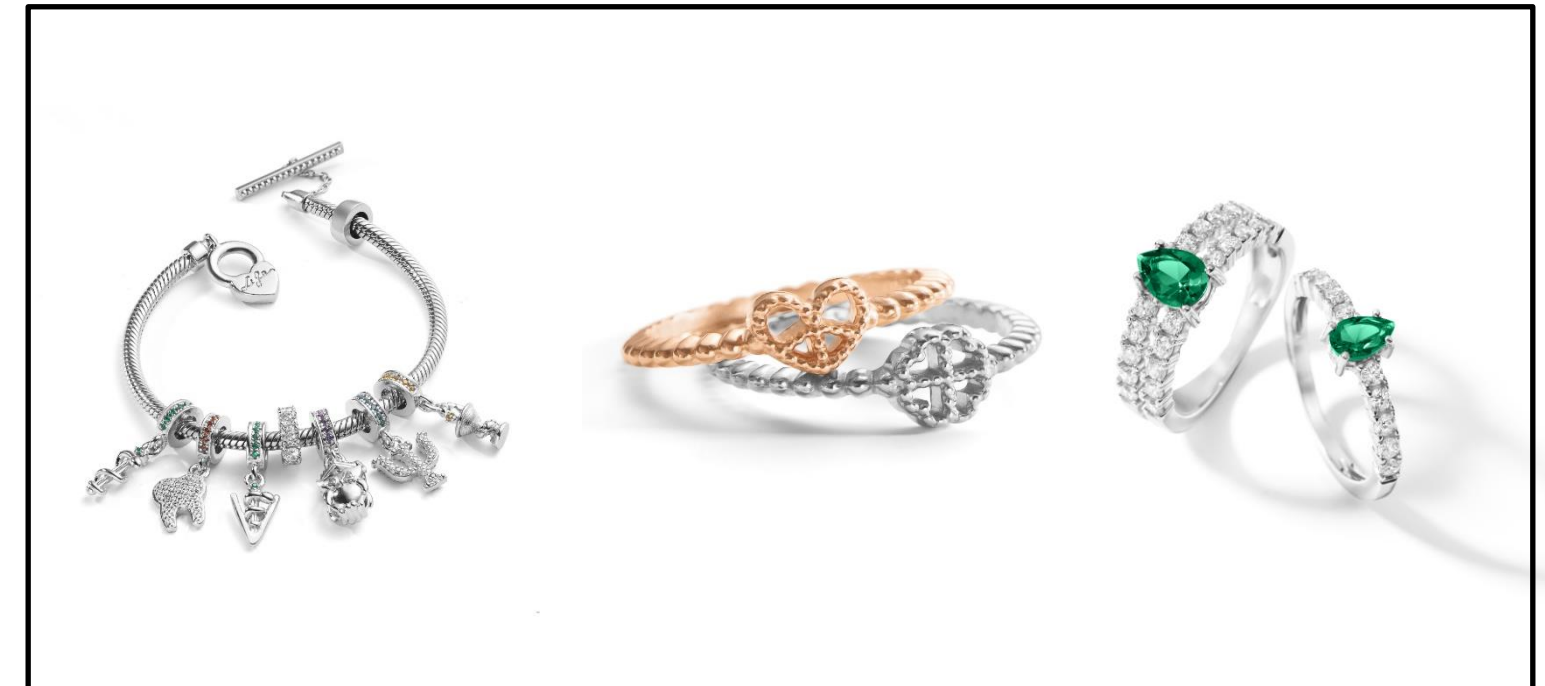
LOJAS LIFE

R\$ 127,2 MM
Receita Bruta (líq. de dev)
+52,8% vs 3T23

13,9%
Same Store Sales

56,8%
representatividade das
lojas Life nas vendas da
categoria Life
+13,2 p.p. vs 3T23

56 lojas maduras
com faturamento médio
de R\$ 6,0 mm (LTM)



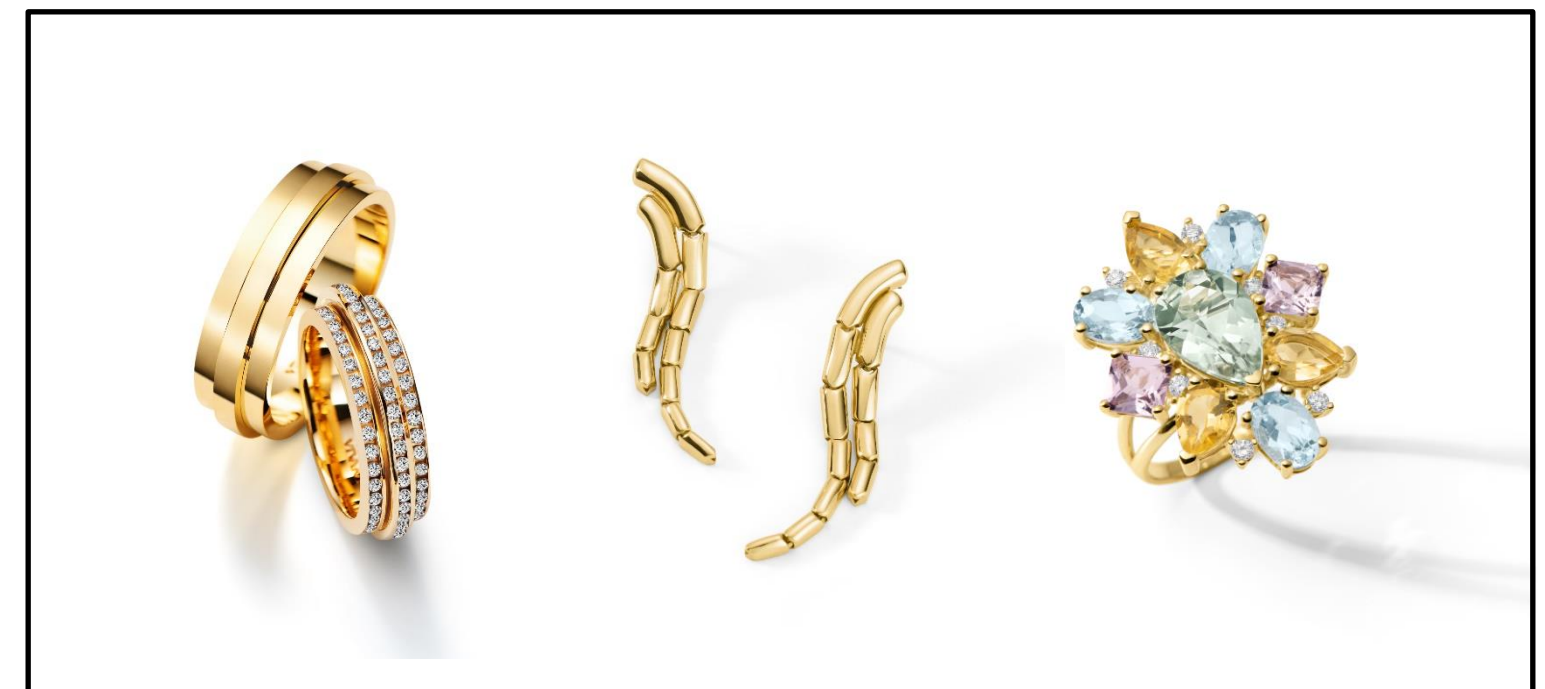
LOJAS VIVARA

R\$ 461,6 MM
Receita Bruta (líq. de dev)
+15,6% vs 2T23

14,0%
Same Store Sales

+22,3%
crescimento da
categoria de Joias
vs 3T23

264
lojas



DIGITAL

R\$ 100,6 MM

Receita Bruta (líq. de dev)
+14,3% vs 3T23

14,4%

Participação nas vendas
totais

+16,8%

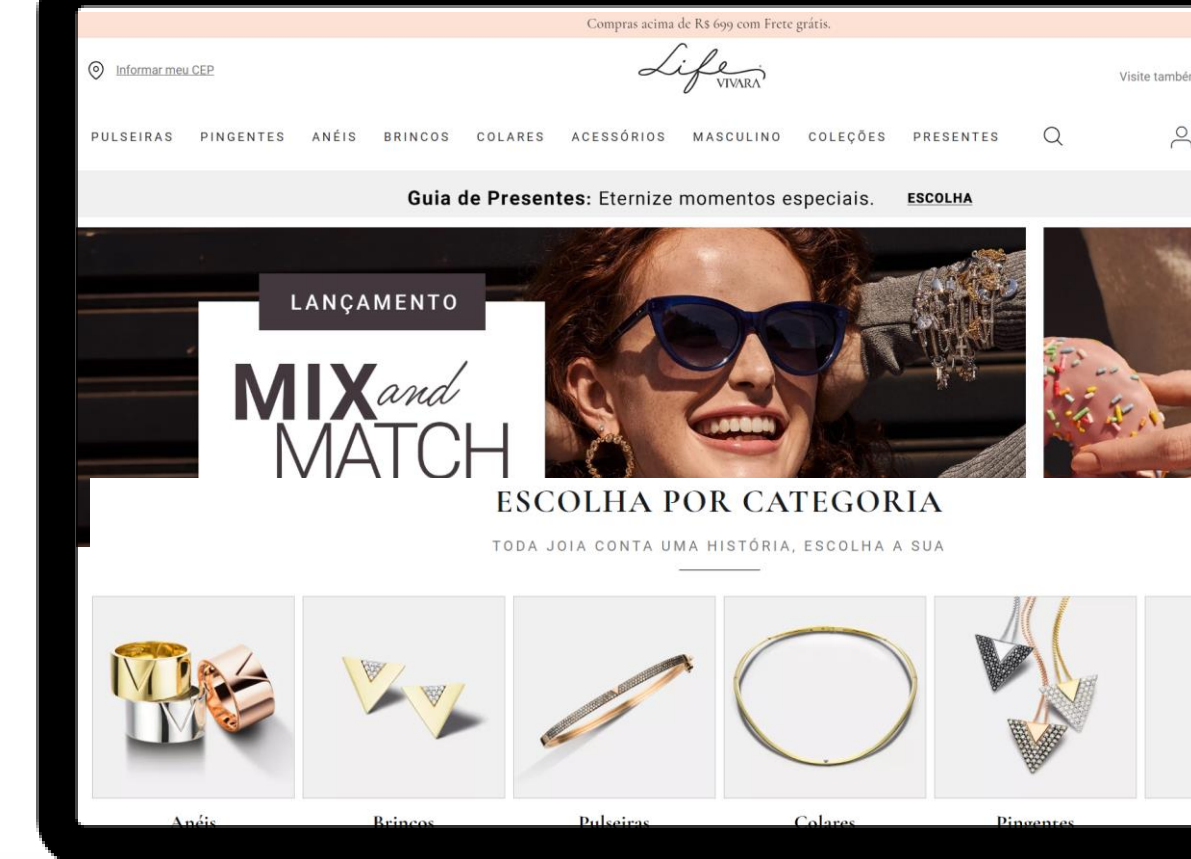
Aumento da base de clientes ativos
para 2,2 milhões em set/24 vs set/23

24,2%

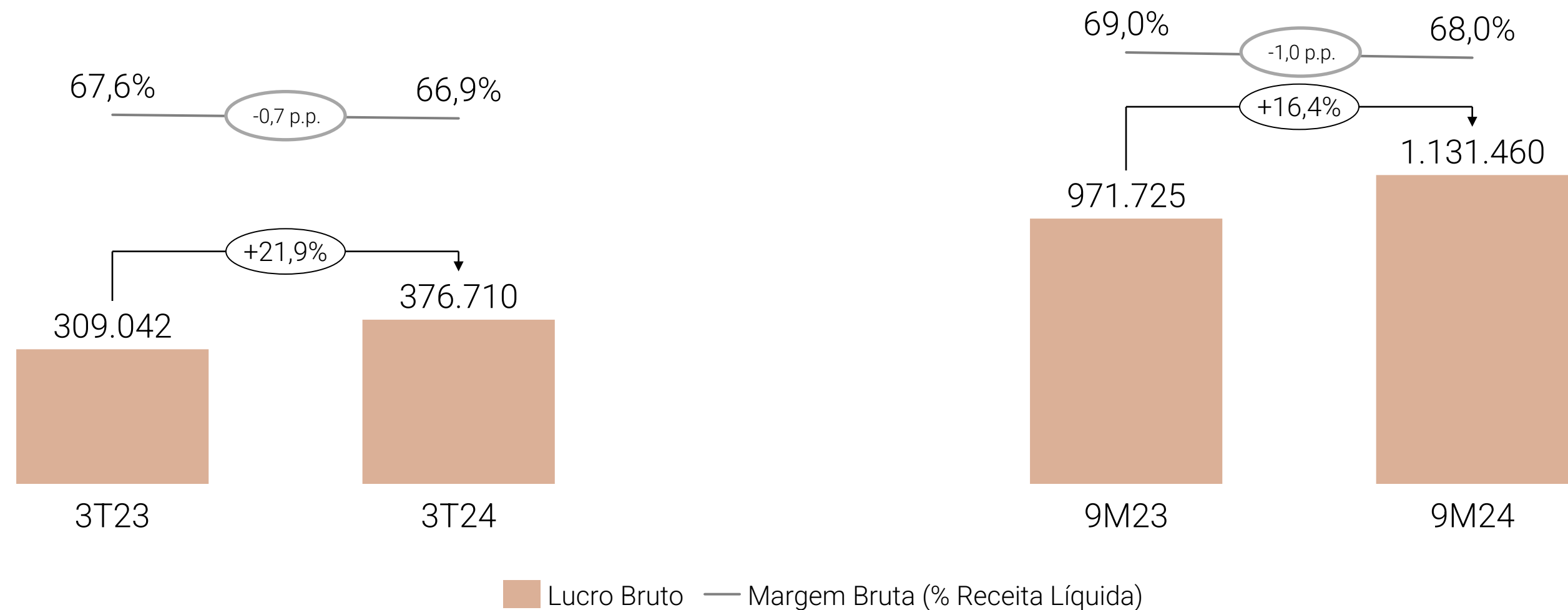
Participação do Joias em Ação
no mix de vendas digitais
(-1,9 p.p. vs 3T23)

+15,2%

de crescimento das vendas
digitais são orgânicas

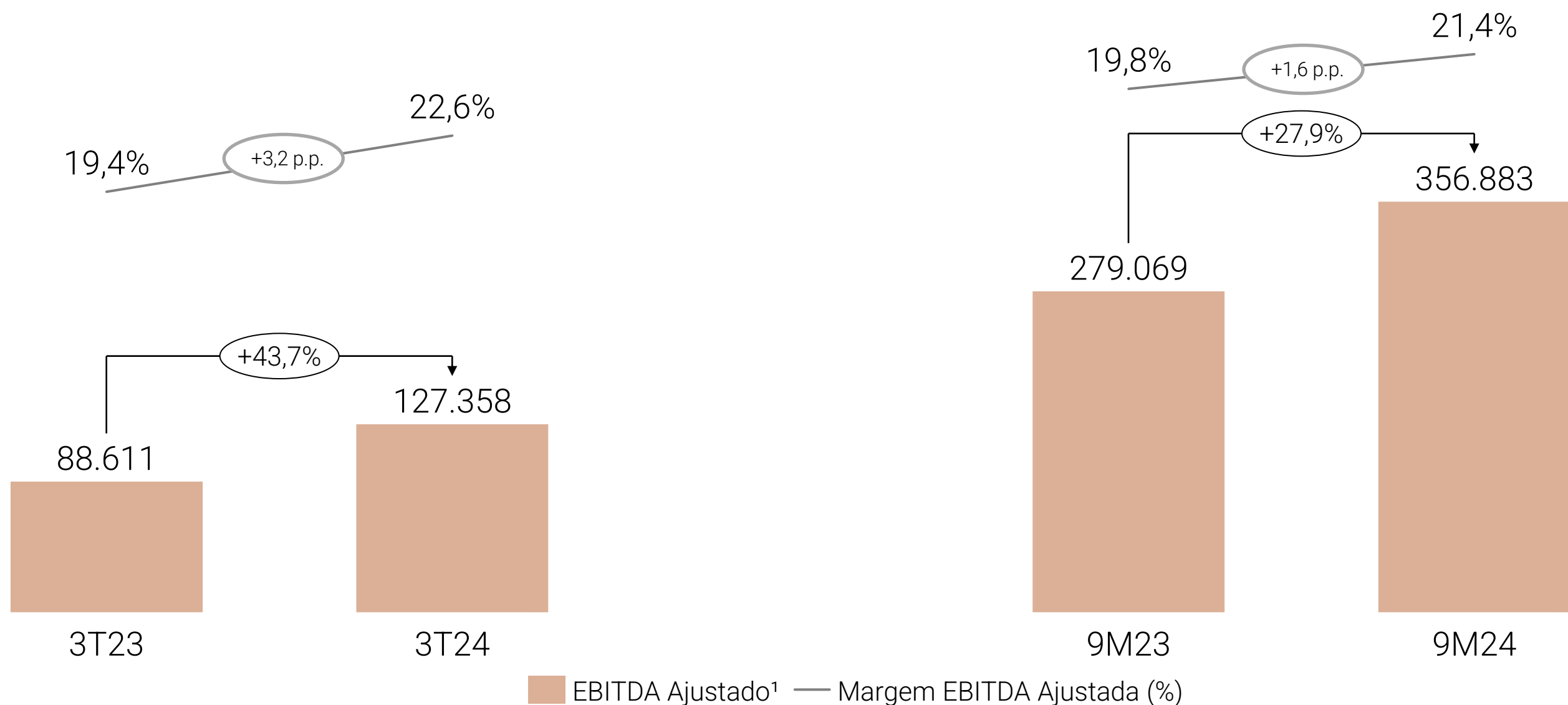


LUCRO BRUTO & MARGEM BRUTA 3T24



- Custo da fábrica com pessoal pressionou em **0,7 p.p.** devido incremento do número de colaboradores em curva de maturação/aprendizagem (foco a internalização da produção da categoria Life, bem como impulsionar a produção fabril e melhor abastecer as lojas às vésperas da sazonalidade do final de ano).
- Mix de produtos pressionou a margem devido a: (i) Joias e Relógios terem aumentado participação no mix de venda e (ii) no portfólio Life, a subcategoria Moments (pulseiras) aumentou a representatividade na medida que a subcategoria coleções (subcategoria de maior margem) apresentou menor representatividade vs 3T23.
- Efeito da maior depreciação que pressionou em **0,2 p.p.**, pelo investimento realizado na nova fábrica de Manaus (cuja conclusão ocorreu apenas no 4T23)

EBITDA AJUSTADO & MARGEM EBITDA AJUSTADA



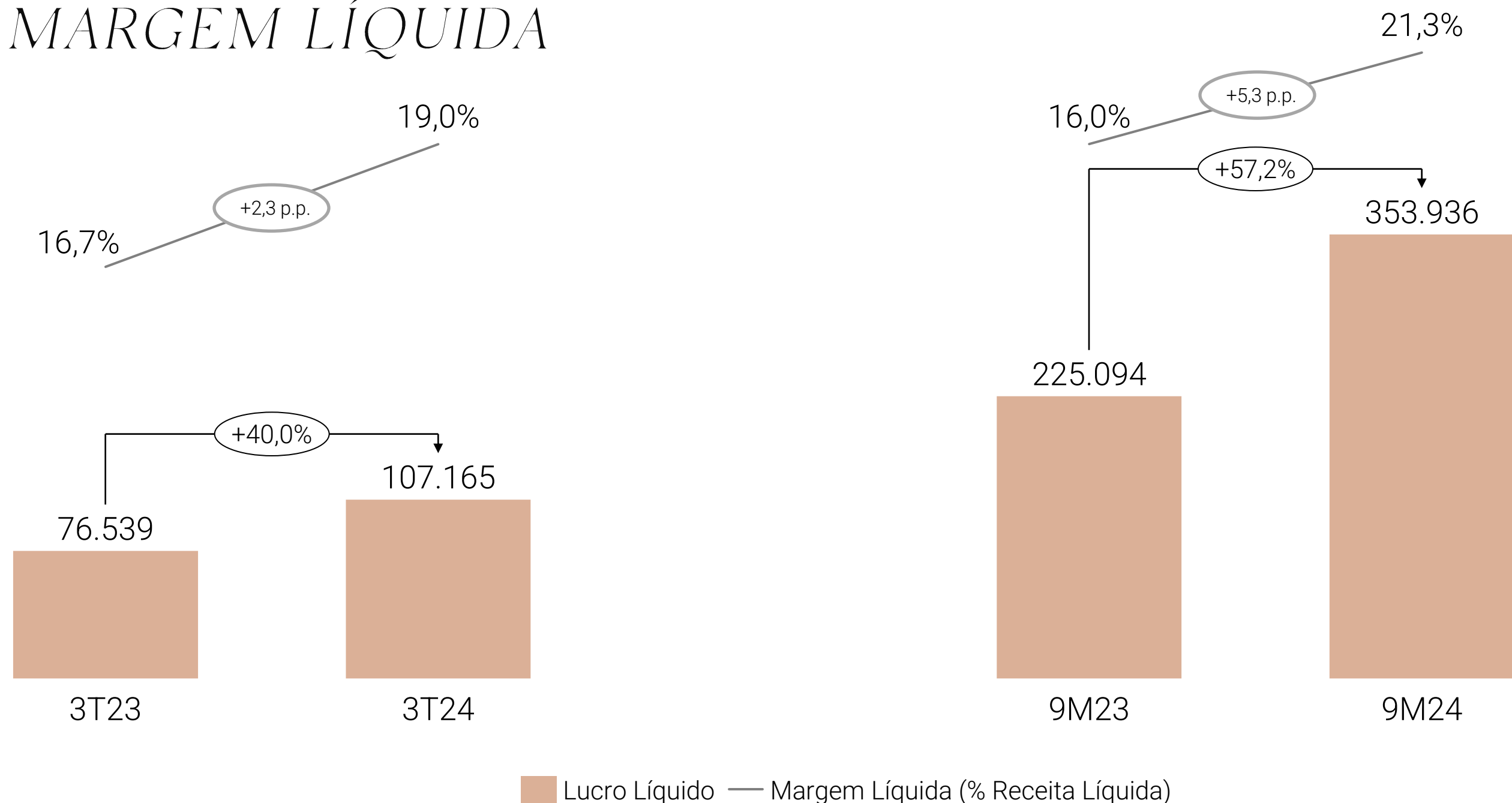
Forte alavancagem operacional oriunda de SG&A contribuindo em **+5,0 p.p.** (ex-D&A):

- Despesas de Vendas contribuíram **+3,6p.p.** vs. 3T23 devido a (i) normalização dos regimes de comissionamento, concluído ao final de junho/24, que interrompe a trajetória de pressões significativas da rubrica de pessoal e (ii) revisão dos investimentos de marketing direcionado a eventos, buscando um melhor custo/benefício atrelado a cada real investido
- Contínua diluição do G&A, reflexo de uma estrutura mais eficiente e esforços na negociação de contratos com terceiros através da centralização do time de compras indiretas (**+1,4p.p.**)

1. Ajustes no EBITDA 3T24: R\$ +6,3 milhões sendo: (i) R\$ 5,2 milhões de êxito de advogados, (ii) R\$ 1,0 milhões de ajustes da estrutura organizacional.

2. Ajustes no EBITDA 3T23: R\$ -6,1 milhões sendo: (i) R\$ -13,6 milhões referente a crédito extemporâneos de PIS/COFINS, (ii) R\$ +7,5 milhões de ajustes da estrutura organizacional..

LUCRO LÍQUIDO & MARGEM LÍQUIDA



Expansão da margem líquida devido à forte desempenho operacional, somado a diferentes fatores:

- (i) Itens que pressionam a margem líquida: (a) o aumento dos níveis de depreciação e amortização dado os investimentos feitos na nova planta de Manaus até o final de 2023 e (b) ligeira pressão comparativa vinda do resultado financeiro (base comparativa com receita financeira one-off no 3T23).
- (ii) Item que contribuiu para margem líquida: reconhecimento de R\$ 8,3 milhões de créditos extemporâneos de IRPJ, fruto de mapeamento de oportunidades no cálculo do Lucro por Exploração no período de 2019 a 2023, corroborado por assessores jurídicos da Companhia.

OUTROS DESTAQUES FINANCEIROS

CAPEX

R\$ 34,5 milhões

-28,3% vs 3T23 | 6,1% sobre a receita líquida

GERAÇÃO DE CAIXA OPERACIONAL

R\$ 5,4 milhões

+R\$ 18,6 milhões vs 3T23

ENDIVIDAMENTO BRUTO

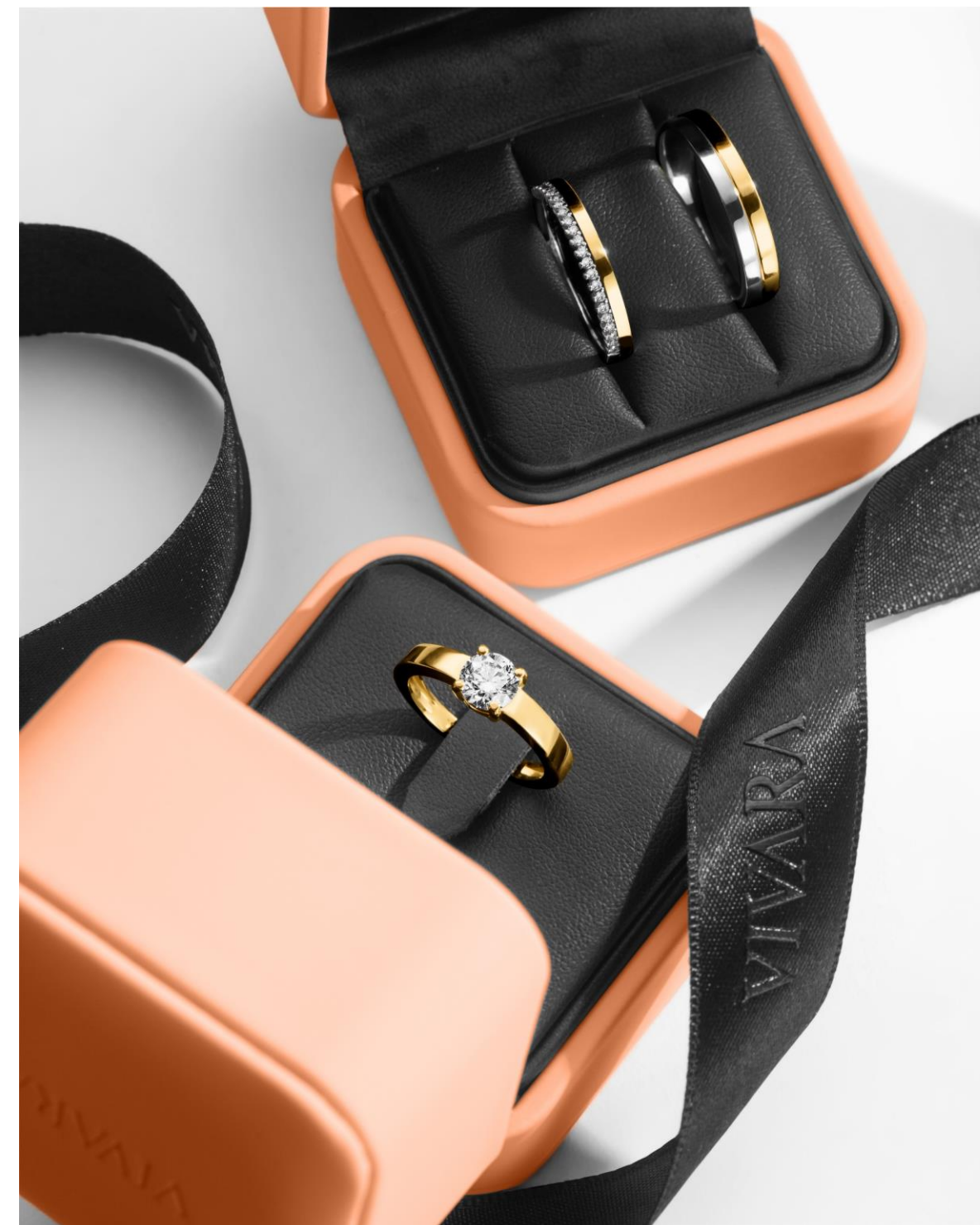
R\$ 230,9 milhões

-14,9% vs dez/23

CAIXA LÍQUIDO

R\$ 83,1 milhões

+151,6% vs dez/23



PERSPECTIVAS

PREPARAÇÃO PARA SAZONALIDADE DO 4T24

Equipes estão totalmente focadas para as sazonalidades de Black Friday e Natal: lojas e a plataforma digital preparadas, com estoques bem compostos – especialmente com reforço nas lojas Life, impulsionada por lançamento de 12 coleções entre outubro e dezembro.

EXPANSÃO

Expectativa de mais de 20 aberturas no 4T24, terminando o ano em linha com a projeção de 70 a 80 lojas inauguradas em 2024.

No fim de outubro foi inaugurada a primeira loja Vivara fora do Brasil, localizada no Shopping MultiPlaza na cidade do Panamá (Panamá). Com 206 m², esta iniciativa piloto introduz a marca no contexto internacional e irá contribuir para o planejamento de potenciais iniciativas futuras no médio-longo prazo. A Companhia reforça seu compromisso e trajetória de crescimento em território brasileiro, que segue como principal foco estratégico, através da expansão orgânica das marcas Vivara e Life.

2025

Crescimento sólido com a continuidade do plano de expansão de lojas e ganhos de rentabilidade oriundos de alavancagem operacional – colhendo frutos de alavancas iniciadas ao longo de 2024 bem como a contínua otimização de planejamento tributário.



VIVARA

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