

SESSÃO DE Q&A

Quinta-feira, 06/nov |
10h (BRT) | 08h (US ET)

[clique aqui](#)



3T25 • DIVULGAÇÃO DE

RESULTADOS

VIVARA

A **VIVARA Participações S.A.** (B3: VIVA3), a maior rede de joalherias da América Latina, divulga os resultados do terceiro trimestre de 2025.

No trimestre, a Vivara apresentou mais um sólido desempenho em linha com o plano anual, com destaque para o robusto crescimento de receita, a contínua expansão de margem bruta e uma importante alavancagem operacional.

A receita bruta (líquida de devoluções) totalizou R\$ 805,4 milhões, com crescimento de 15,5% em relação ao mesmo trimestre de 2024. Além da expansão da base de lojas no período, o desempenho positivo foi impulsionado pelo sólido resultado das vendas em mesmas lojas (SSS), que registraram alta de 10,4%, com destaque para a Vivara, cuja expansão de SSS se acelerou para 14,7%. Esse resultado reflete uma gestão diligente de preços e markup além da ótima aceitação dos novos lançamentos, especialmente das linhas Duo (prata e ouro) e Lab Diamonds. Já na Life, o trimestre foi marcado pelo lançamento da linha de pingentes Disney, realizado no final de setembro, como parte da estratégia de intensificar o *freshness* na categoria.

A Margem Bruta atingiu 71,4% no terceiro trimestre do ano, uma expansão de 4,4 p.p. em comparação com o 3T24. Expurgando a devida alocação dos Gastos Gerais de Fabricação (GGF), o trimestre apresentou uma margem bruta 2,9 p.p. maior que o 3T24. Esta foi a maior margem bruta da série histórica (em bases comparáveis) em um terceiro trimestre. Tal dinâmica foi ancorada nas alavancas apresentadas no 2T25, sendo resultado da contínua gestão de precificação em todas as categorias, melhores negociações com fornecedores de relógios, melhor mix de vendas e maior relevância dos produtos produzidos em Manaus.

Já a Margem EBITDA totalizou 26,3%. Expurgando a alocação do GGF, a Margem EBITDA foi de 25,1%, 2,5 p.p. maior que a verificada no 3T24, totalizando a maior margem EBITDA da série histórica para um terceiro trimestre. A melhora deveu-se não só à evolução da margem bruta, mas também à sustentação de patamares saudáveis de SG&A, com destaque para alavancagem operacional das despesas com folha de pessoal.

A Companhia registrou consumo de caixa operacional (após juros e imposto de renda) de R\$ 12,6 milhões devido à antecipação de R\$ 90 milhões em recebíveis de cartão de crédito que seriam recebidos em julho/2025, mas foram antecipados para junho/25. Sem esta antecipação, o trimestre registrou uma geração operacional de R\$ 77,8 milhões. A Companhia não prevê nenhuma antecipação adicional nos próximos períodos.

DESTAQUES DO 3T25

- R\$ 805,4 milhões de Receita Bruta (líq. de devolução) | +15,5% vs. 3T24
- R\$ 664,5 milhões de Receita Líquida | +18,0% vs. 3T24
- Vendas Mesmas Lojas (SSS) registraram crescimento de 10,4% vs. 3T24
- Maior Margem Bruta da série histórica no 3T: 71,4% | Expansão de +4,4 p.p vs 3T24
- Maior Margem EBITDA Ajustado da série histórica no 3T: 26,3% | Expansão de 3,6 p.p vs. 3T24
- Excluindo os R\$ 90 milhões em recebíveis de cartão de crédito de julho/2025 que foram antecipados em junho/25, a Companhia registrou geração de R\$ 77,8 milhões de caixa operacional no trimestre



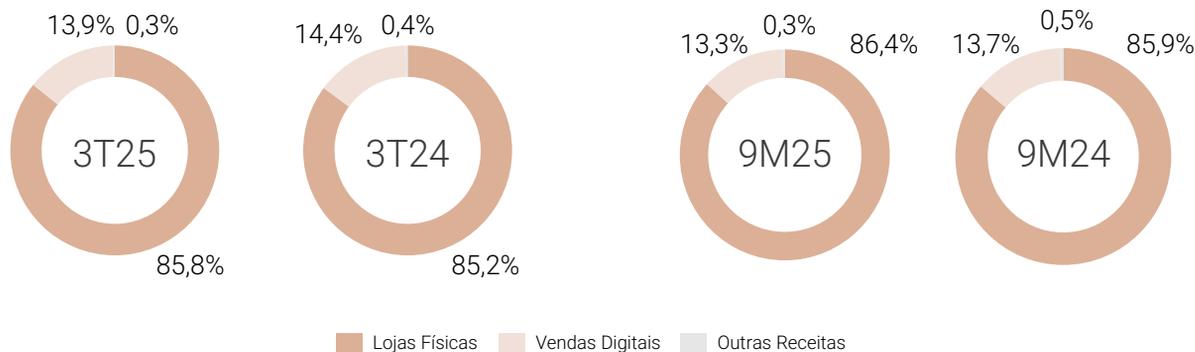
A Receita Bruta (líquida de devoluções) do 3T25 atingiu R\$ 805,4 milhões, 15,5% superior à registrada no 3T24. O desempenho é explicado (i) pelo crescimento de 10,4% nas vendas mesmas lojas (SSS) e (ii) pelo aumento do número de lojas nos últimos 12 meses, com a adição de 39 pontos no período.

No trimestre, o canal lojas físicas apresentou crescimento de 16,3% em relação ao 3T24, impulsionado pela (i) estratégia de abertura de lojas, com foco na expansão das lojas Life), (ii) rigorosa gestão de preços do nosso portfólio e (iii) assertiva execução do calendário comercial no trimestre, com destaque para as campanhas *Diamond week*, *Life for You* e *Semana Ouro*. O canal representou 85,8% das vendas do período, em linha com os 85,2% no 3T24.

Já o canal digital segue entregando bom ritmo de crescimento, tendo registrado alta de 11,6% no 3T25 contra o 3T24. Tal resultado reflete a melhor gestão de ruptura do canal, com o aumento do número de lojas hub que operam como pontos de distribuição/envio de produtos adquiridos no ambiente online. Também foram vetores de crescimento os investimentos nas nossas marcas, que potencializam as vendas online, e a evolução de downloads e adoção do novo *app* da Companhia, lançado no trimestre passado. O canal digital representou 13,9% das vendas do período (em linha com os 14,4% registrados no 3T24).

Receita por canal (R\$ mil)	3T25	3T24	Δ% 25vs24	9M25	9M24	Δ% 25vs24
Receita Bruta (Líqu. de devoluções)	805.433	697.405	15,5%	2.435.634	2.108.858	15,5%
Lojas Físicas	690.689	593.848	16,3%	2.104.180	1.810.470	16,2%
Lojas Vivara	532.003	461.599	15,3%	1.593.156	1.401.872	13,6%
Lojas Life	154.273	127.176	21,3%	498.383	392.062	27,1%
Quiosques	4.413	5.073	-13,0%	12.641	16.536	-23,6%
Vendas Digitais	112.304	100.595	11,6%	323.185	288.233	12,1%
Outros	2.441	2.962	-17,6%	8.271	10.155	-18,6%
Deduções da Receita Bruta	(140.930)	(134.505)	4,8%	(473.029)	(445.046)	6,3%
Receita Líquida	664.503	562.900	18,0%	1.962.605	1.663.812	18,0%
SSS (lojas físicas)	10,4%	13,5%	na	9,0%	14,6%	na

Receita Bruta por canal (%)



Lojas Físicas

No 3T25, as lojas físicas tiveram faturamento de R\$ 690,7 milhões, uma expansão de 16,3% na comparação com o mesmo período do ano anterior. No período, a expansão do faturamento das lojas Vivara e Life foi de 15,3% e 21,3%, respectivamente. No conceito de Vendas nas Mesmas Lojas (SSS), o crescimento consolidado foi de 10,4% sobre 3T24.

	Abertura por negócio (R\$ mil)	3T25	3T24	Δ% 25vs24	9M25	9M24	Δ% 25vs24
Vivara	Número de lojas	265	263	2	265	263	2
	Aberturas líquidas	-	1	(1)	0	7	(7)
	Área de vendas (m ²)	24.561	24.467	0,4%	24.561	24.467	0,4%
	Receita bruta (líq. dev.)	532.003	461.599	15,3%	1.593.156	1.401.872	13,6%
	Venda/m ² (R\$)	21.661	18.866	14,8%	64.866	57.296	13,2%
Life	Número de lojas	197	159	38	197	159	38
	Aberturas líquidas	5	10	(5)	17	42	(25)
	Área de vendas (m ²)	14.952	11.879	25,9%	14.952	11.879	25,9%
	Receita bruta (líq. dev.)	154.273	127.176	21,3%	498.383	392.062	27,1%
	Venda/m ² (R\$)	10.318	10.706	-3,6%	33.331	33.005	1,0%
Quiosque	Número de quiosques	11	12	(1)	11	12	(1)
	Aberturas líquidas	-	(2)	2	-	(4)	4
	Área de vendas (m ²)	68	74	-8,1%	68	74	-8,1%
	Receita bruta (líq. dev.)	4.413	5.073	-13,0%	12.641	16.536	-23,6%
	Venda/m ² (R\$)	64.894	68.549	-5,3%	185.897	223.462	-16,8%
Total	Número de pontos de vendas	473	434	39	473	434	39
	Aberturas líquidas	5	9	(4)	17	45	(28)
	Área de vendas (m ²)	39.581	36.420	8,7%	39.581	36.420	8,7%
	Receita bruta (líq. dev.)	690.689	593.848	16,3%	2.104.180	1.810.470	16,2%
	Venda/m ² (R\$)	17.450	16.305	7,0%	53.161	49.711	6,9%

*Número de lojas Vivara na tabela acima não inclui Panamá.



Lojas VIVARA



Com 265 pontos de venda no Brasil, as lojas Vivara apresentaram uma receita de R\$ 532,0 milhões no 3T25, a cifra representa crescimento de 15,3% e avanço de Same Store Sales (SSS) de 14,7% comparado ao 3T24. O canal segue entregando desempenho significativamente acima da inflação, impulsionado pela (i) alocação de estoque em lojas, (ii) maior assertividade do sortimento de produtos, (iii) diligente gestão de *markpus* e (iv) contínua inovação, com o aumento do sortimento de coleções Duo (prata-ouro) e peças com diamante de laboratório.

Vale destacar que a loja Vivara do Panamá, inaugurada em Out/2024, vem apresentando resultados em linha com o planejado, mostrando evolução consistente mês a mês.

O nível de canibalização gerado pela adição de novas lojas exclusivas da marca Life segue em patamares saudáveis. O faturamento das lojas Vivara em shoppings que possuem ambas as lojas cresceu 14,4% em relação ao 3T24. Ao expurgar as vendas da categoria Life nestas lojas Vivara, o crescimento de faturamento é ainda maior, atingindo 17,5%.

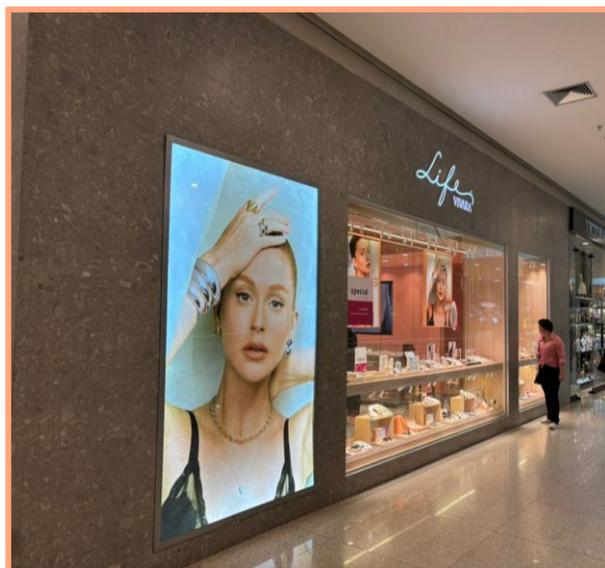
Lojas LIFE

A receita das 197 lojas Life teve alta de 21,3% no 3T25 em relação ao mesmo período do ano anterior para R\$ 154,3 milhões. O avanço é explicado pela: (i) abertura de 38 novas lojas exclusivas da marca Life nos últimos 12 meses, (ii) maturação do parque de lojas no período e (iii) diligente gestão de preços.

As vendas mesmas lojas (SSS) subiram 7,6% no 3T25 na comparação com 3T24.

No trimestre, as lojas Life foram responsáveis por 61,9% das vendas da categoria Life, uma representatividade 5,1 p.p. acima da registrada no mesmo trimestre do ano anterior, mostrando a contínua consolidação da marca Life.

No encerramento do trimestre, as 98 lojas Life maduras, inauguradas há mais de 2 anos tiveram receita média de R\$ 5,7 milhões (LTM).



Vendas DIGITAIS

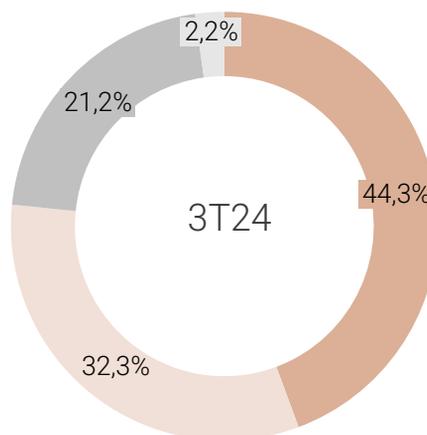
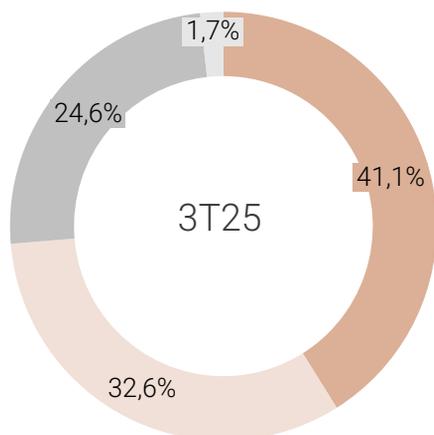
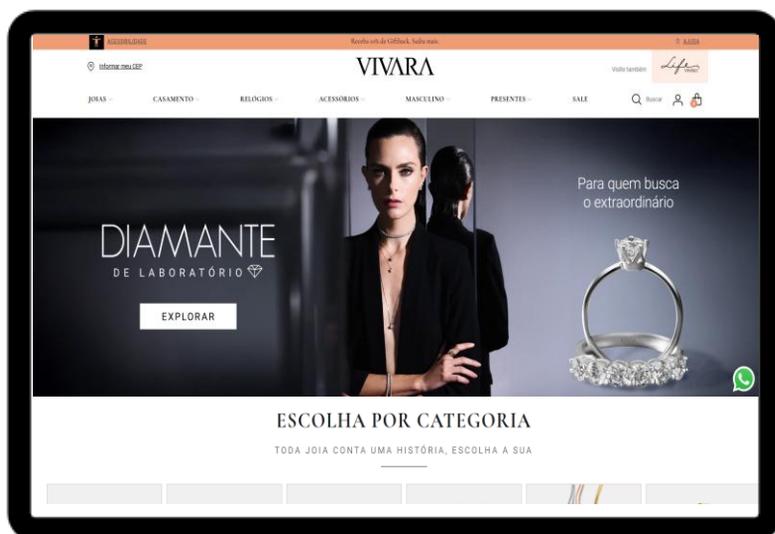
No trimestre, as vendas digitais somaram R\$ 112,3 milhões, crescimento de 11,6% em comparação ao 3T24. O bom desempenho deve-se aos assertivos investimentos em mídia e campanhas, bem como trabalho contínuo de redução de ruptura no canal com o aumento do número de lojas hub, que operam como pontos de distribuição e envio de produtos adquiridos no ambiente online.

Também colaborou para o resultado o lançamento do novo app em abril desse ano. O canal tem alavancado o desempenho das vendas digitais com índices de conversão de vendas quatro vezes superiores aos observados no Website. Outra iniciativa é o programa *Personal Shopper*, que tem estreitado o relacionamento com clientes e obtido resultados promissores, com índices de conversão 10 vezes superiores aos obtidos no site.

Os resultados desse trimestre confirmam o sucesso da estratégia da Companhia de habilitar as lojas como *hubs*, garantindo mais conveniência aos clientes e ampliando as oportunidades de *upsell* na integração das jornadas, além de possibilitar a otimização do estoque. As vendas OMS, que são vendas realizadas pelo e-commerce e faturadas pelas lojas, representaram 40,8% das vendas digitais no 3T25, um aumento de 11,7 p.p. na comparação com o 3T24.

A categoria de Relógios foi destaque nas vendas online com aumento de 3,4 p.p. na representatividade no mix do canal, atingindo 24,6% das vendas, confirmando a relevância e potencial do canal digital para o crescimento da categoria.

A categoria Life também ganhou relevância, representando 32,6% das vendas, 0,3 p.p. acima do registrado no mesmo trimestre do ano passado. O avanço é reflexo do contínuo engajamento nas mídias sociais impulsionado pelas embaixadoras, Marina Ruy Barbosa e Larissa Manoela, bem como posicionamento como presenteável e ticket médio favorável para venda a distância.



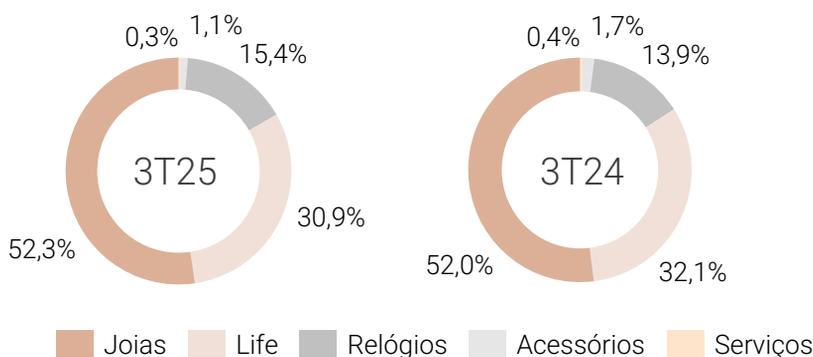
■ Jóias
 ■ Life
 ■ Relógios
 ■ Acessórios

Ao analisar a receita por categorias, a venda de Relógios teve destaque com evolução de 28,3% no período e faturamento de R\$ 124,0 milhões impulsionado pelo bom desempenho do dia dos pais. Relógios representou 15,4% do total de vendas no período, uma aumento de 1,5 p.p. versus o 3T24.

Com disciplinada gestão de preços e inovação no mix de produtos, a categoria de Joias apresentou um crescimento de 16,2% no período. Observa-se que as coleções Duo (prata & ouro) e de diamante de laboratório apresentaram ganho de representatividade no mix de vendas. Com isso, a categoria Joias continua sendo a mais representativa 52,3% das vendas, percentual 0,3 p.p. superior ao registrado no 3T24.

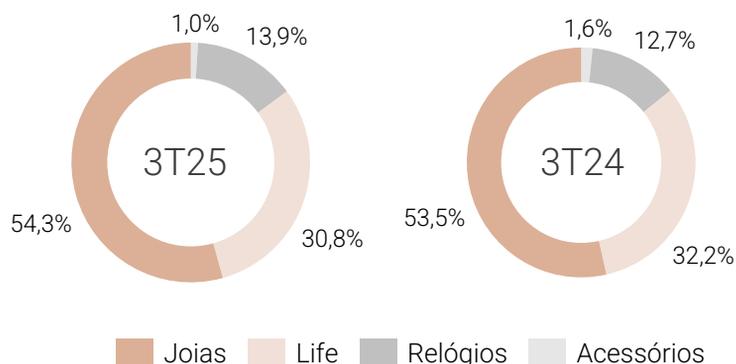
A categoria Life apresentou aumento de 11,4% ante o 3T24, com faturamento de R\$ 249,3 milhões no período, representando 30,9% do total de vendas (-1,1 p.p. vs. 3T24). Acessórios e serviços somam 1,3% das vendas no 3T25.

Receita por Categoria (R\$ mil)	3T25	3T24	Δ% 25vs24	9M25	9M24	Δ% 25vs24
Receita Bruta (Líqu. de devoluções)	805.433	697.405	15,5%	2.435.634	2.108.858	15,5%
Joias	421.427	362.529	16,2%	1.232.749	1.068.387	15,4%
Life	249.255	223.806	11,4%	827.578	724.782	14,2%
Relógios	124.043	96.679	28,3%	335.314	273.129	22,8%
Acessórios	8.679	11.700	-25,8%	33.480	34.896	-4,1%
Serviços	2.029	2.692	-24,6%	6.512	7.664	-15,0%
Deduções da Receita	(140.930)	(134.505)	4,8%	(473.029)	(445.046)	6,3%
Receita Líquida	664.503	562.900	18,0%	1.962.605	1.663.812	18,0%



Lojas Físicas (por categoria)

Abaixo está apresentado o mix de receita por categoria do canal físico, com a abertura do 3T25 e 3T24.



No trimestre, a linha de deduções da Receita Bruta apresentou um aumento de 4,8% em relação ao 3T24 e representou 17,5% da receita bruta (líquida de devoluções).

A receita de subvenção somou R\$ 99,9 milhões no período, o que correspondeu a 12,4% da receita bruta do trimestre versus R\$ 80,1 milhões no 3T24. Esse crescimento é reflexo do início da operação do novo centro de distribuição no Espírito Santo e também da maior produção de Life devido ao crescimento do número de lojas da marca e da contínua internalização da produção dos lançamentos. A rubrica também já reflete a normalização da fábrica de ouro como parte do projeto para otimização do número de dias de estoque.

Adicionalmente, dada a normalização da produção fabril, percebe-se que os impostos incidentes em Manaus (UEA e F.T.I.) como percentual da receita bruta tiveram queda em comparação ao 3T24.

Deduções da Receita	3T25	3T24	Δ% 25vs24	9M25	9M24	Δ% 25vs24
Receita Bruta (Liq. de devoluções)	805.433	697.404	15,5%	2.435.634	2.108.858	15,5%
Deduções da Receita Bruta	(140.930)	(134.505)	4,8%	(473.029)	(445.046)	6,3%
% Receita Bruta (liq. de devoluções)	-17,5%	-19,3%	1,8 p.p.	-19,4%	-21,1%	1,7 p.p.
ICMS	(155.164)	(132.305)	17,3%	(459.632)	(401.231)	14,6%
% Receita Bruta (liq. de devoluções)	-19,3%	-19,0%	(0,3 p.p.)	-18,9%	-19,0%	0,2 p.p.
Receita de subvenção (ICMS)	99.888	80.112	24,7%	249.287	183.041	36,2%
% Receita Bruta (liq. de devoluções)	12,4%	11,5%	0,9 p.p.	10,2%	8,7%	1,6 p.p.
COFINS	(55.115)	(50.582)	9,0%	(167.772)	(145.822)	15,1%
% Receita Bruta (liq. de devoluções)	-6,8%	-7,3%	0,4 p.p.	-6,9%	-6,9%	0,0 p.p.
PIS	(11.549)	(10.982)	5,2%	(35.806)	(31.672)	13,1%
% Receita Bruta (liq. de devoluções)	-1,4%	-1,6%	0,1 p.p.	-1,5%	-1,5%	0,0 p.p.
F.T.I.	(5.665)	(7.384)	-23,3%	(19.250)	(16.218)	18,7%
% Receita Bruta (liq. de devoluções)	-0,7%	-1,1%	0,4 p.p.	-0,8%	-0,8%	(0,0 p.p.)
ISS	(54)	(68)	-21,0%	(187)	(291)	-35,8%
% Receita Bruta (liq. de devoluções)	0,0%	0,0%	0,0 p.p.	0,0%	0,0%	0,0 p.p.
UEA	(6.202)	(7.394)	-16,1%	(20.206)	(16.094)	25,5%
% Receita Bruta (liq. de devoluções)	-0,8%	-1,1%	0,3 p.p.	-0,8%	-0,8%	(0,1 p.p.)
ICMS DIFAL EC 87	(7.070)	(5.905)	19,7%	(19.464)	(16.760)	16,1%
% Receita Bruta (liq. de devoluções)	-0,9%	-0,8%	(0,0 p.p.)	-0,8%	-0,8%	(0,0 p.p.)
Receita Líquida	664.503	562.900	18,0%	1.962.605	1.663.812	18,0%



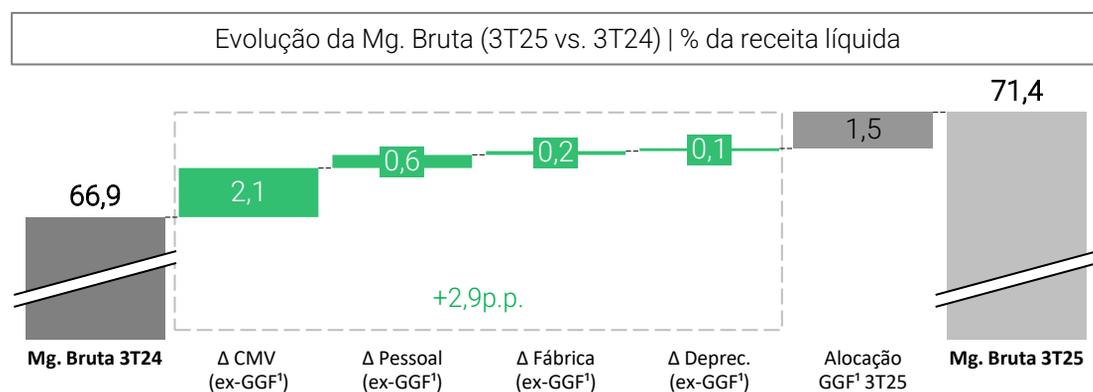
VIVARA



O Lucro Bruto do 3T25 foi de R\$ 474,2 milhões, alta de 25,9% vs. 3T24, com Margem Bruta de 71,4% (+4,4 p.p. vs. 3T24). O impacto residual da contabilização dos Gastos Gerais de Fabricação (GGF), somou R\$ 10,1 milhões no trimestre.

Lucro Bruto (R\$ mil) e Margem Bruta (%)	3T25	3T24	Δ% 25vs24	9M25	9M24	Δ% 25vs24
Receita Líquida	664.503	562.900	18,0%	1.962.605	1.663.812	18,0%
Custo Total	(190.274)	(186.190)	2,2%	(573.490)	(532.352)	7,7%
% Receita Líquida	-28,6%	-33,1%	4,4 p.p.	-29,2%	-32,0%	2,8 p.p.
Insumos, matérias-primas e produtos	(184.151)	(156.995)	17,3%	(550.722)	(457.333)	20,4%
% Receita Líquida	-27,7%	-27,9%	0,2 p.p.	-28,1%	-27,5%	(0,6 p.p.)
Despesas Fábrica	(6.124)	(29.195)	-79,0%	(22.768)	(75.019)	-69,7%
% Receita Líquida	-0,9%	-5,2%	4,3 p.p.	-1,2%	-4,5%	3,3 p.p.
Pessoal	(4.020)	(23.308)	-82,8%	(15.401)	(59.291)	-74,0%
% Receita Líquida	-0,6%	-4,1%	3,5 p.p.	-0,8%	-3,6%	2,8 p.p.
Despesas gerais da fábrica	(1.796)	(2.694)	-33,4%	(6.231)	(6.218)	0,2%
% Receita Líquida	-0,3%	-0,5%	0,2 p.p.	-0,3%	-0,4%	0,1 p.p.
Depreciação	(308)	(3.193)	-90,4%	(1.135)	(9.511)	-88,1%
% Receita Líquida	0,0%	-0,6%	0,5 p.p.	-0,1%	-0,6%	0,5 p.p.
Lucro Bruto	474.229	376.710	25,9%	1.389.115	1.131.460	22,8%
Margem Bruta (% Receita Líquida)	71,4%	66,9%	4,4 p.p.	70,8%	68,0%	2,8 p.p.

Para ilustrar os diferentes vetores que impactaram a elevação da margem, a Companhia apresenta no gráfico abaixo a evolução da margem bruta divulgada no 3T24 para a margem bruta do 3T25, evidenciando o impacto da alocação dos gastos gerais de fabricação (GGF).



Neste cenário é possível verificar um ganho de 2,1 p.p. na linha de CMV. Tal evolução decorreu de fatores distintos:

- subcategorias Vivara com maior margem de contribuição (Duo, Lab Diamond e Prata Vivara) ganhando representatividade no mix
- otimização na negociação com fornecedores de Relógios
- assertiva precificação e gestão de markup (com destaque para categoria Vivara)
- evolução gradual da nacionalização da produção de Life com menor importação de produtos

Expurgando os saldos de GGF, a linha de pessoal contribuiu com 0,6 p.p para evolução da margem, reflexo da redução de horas extras e maior produtividade, que elevaram a eficiência fabril, e também da otimização do quadro de colaboradores.

1. Gastos Gerais de Fabricação (GGF): No fechamento do exercício de 2024, a Companhia modificou a metodologia contábil de custeio de Gastos Gerais de Fabricação (compostos por remuneração de pessoal de fábrica e demais despesas incorridas na planta fabril). Tais gastos passam a ser atribuídos aos custos de cada produto produzido (compondo o valor do estoque de produto acabado) e irão transitar na linha de custo apenas no momento em que o produto produzido seja vendido para o consumidor final (à luz do CPC 16– Custos).

Despesas Operacionais	3T25	3T24	Δ% 25vs24	9M25	9M24	Δ% 25vs24
Despesas com Vendas¹	(214.011)	(179.434)	19,3%	(654.746)	(578.857)	13,1%
% Receita Líquida	-32,2%	-31,9%	(0,3 p.p.)	-33,4%	-34,8%	1,4 p.p.
Pessoal	(113.380)	(102.238)	10,9%	(347.797)	(319.801)	8,8%
Aluguéis e condomínios	(23.306)	(22.609)	3,1%	(71.823)	(65.937)	8,9%
Frete	(13.576)	(8.310)	63,4%	(32.674)	(24.324)	34,3%
Comissão sobre Cartões	(14.314)	(14.060)	1,8%	(43.570)	(41.648)	4,6%
Serviços Profissionais Contratados	(8.373)	(2.982)	180,8%	(28.421)	(17.504)	62,4%
Despesas com Marketing	(25.020)	(13.917)	79,8%	(76.391)	(63.850)	19,6%
Outras despesas com vendas	(16.041)	(15.318)	4,7%	(54.070)	(45.792)	18,1%
Despesas Gerais e Administrativas¹	(50.670)	(48.954)	3,5%	(161.213)	(142.669)	13,0%
% Receita Líquida	-7,6%	-8,7%	1,1 p.p.	-8,2%	-8,6%	0,4 p.p.
Pessoal	(22.982)	(23.658)	-2,9%	(70.109)	(71.274)	-1,6%
Aluguéis e condomínios	(255)	(331)	-23,0%	(957)	(869)	10,1%
Serviços Profissionais Contratados	(20.570)	(15.673)	31,2%	(64.559)	(41.796)	54,5%
Outras Despesas Gerais e Administrativas	(6.864)	(9.292)	-26,1%	(25.589)	(28.730)	-10,9%
Outras Rec. (Desp.) Operacionais	31.100	(1.821)	-1808,2%	22.580	75.199	-70,0%
% Receita Líquida	4,7%	-0,3%	5,0 p.p.	1,2%	4,5%	(3,4 p.p.)

1. Excluindo Depreciação e Amortização (D&A).

As Despesas com Vendas (ex-D&A) aumentaram 19,3% no 3T25, resultando em leve pressão de 0,3 p.p. de margem em relação ao mesmo período do ano anterior. A linha teve impactos distintos, com destaque para:

- i. Eficiência de **1,1 p.p.** na linha de Pessoal devido ao menor número de inaugurações de lojas até Set/25 (17 aberturas) versus o volume de aberturas até Set/24 (45 lojas), de modo que no 3T24 havia maior volume de despesas das lojas recém inauguradas (com custo fixo estabelecido ainda sem receita significativa);
- ii. Retração de **1,3 p.p.** na linha de Marketing, devido a normalização da linha versus base comparativa do 3T24 ter sido abaixo do patamar recorrente (à época, a Companhia revisitou os investimentos de marketing direcionado a eventos);
- iii. Retração de **0,7 p.p.** na linha de Serviços Profissionais Contratados, devido ao maior volume de investimentos em gestão de CRM para potencializar programas de ativação da base de clientes;
- iv. Retração de **0,6 p.p.** na linha de Fretes devido à iniciativa de realocação de peças entre lojas, em linha com a agenda de otimização de estoque, e à operação do novo CD no ES.

As Despesas Gerais e Administrativas (ex-D&A) apresentaram uma eficiência de 1,1 p.p. em relação à receita líquida quando comparadas ao 3T24. Apesar da pressão na linha de Serviços Profissionais Contratados (-0,3 p.p. YoY), explicada pelas despesas com TI, demais linhas geraram eficiência com destaque para alavancagem operacional da linha de pessoal (+0,7 p.p. YoY).

A linha de Outras (Despesas) Receitas Operacionais do 3T25 registrou uma receita de R\$ 31,1 milhões, ante despesa de R\$ 1,8 milhões no 3T24, aumento de 5,0 p.p. como percentual da receita líquida. A variação é majoritariamente explicada pelos créditos extemporâneos de PIS e COFINS que a Companhia obteve no trimestre.



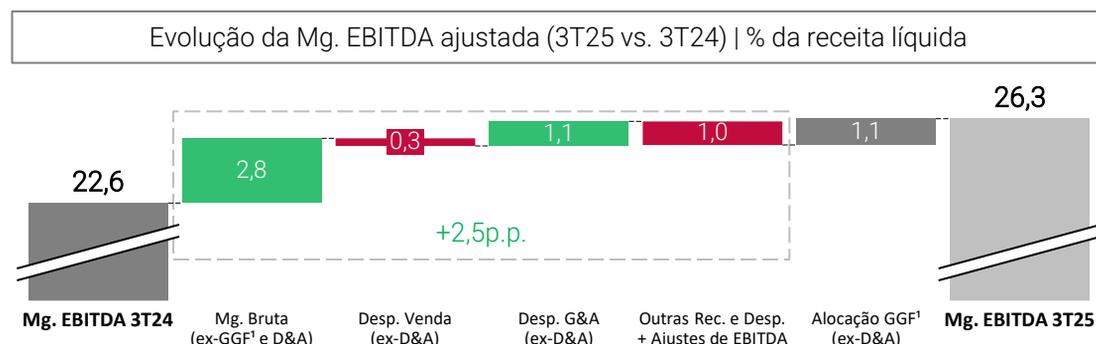
3T25 | EBITDA AJUSTADO E MARGEM EBITDA AJUSTADA

Reconciliação do EBITDA (R\$ mil)	3T25	3T24	Δ% 25vs24	9M25	9M24	Δ% 25vs24
Lucro Líquido	175.850	107.165	64,1%	441.975	353.936	24,9%
<i>Margem Líquida (%)</i>	<i>26,5%</i>	<i>19,0%</i>	<i>7,4 p.p.</i>	<i>22,5%</i>	<i>21,3%</i>	<i>1,2 p.p.</i>
(+) IR/CSLL	(595)	(15.811)	-96,2%	(40.903)	(9.341)	337,9%
(+) Resultado financeiro	28.586	14.894	91,9%	81.808	26.899	204,1%
(+) Depreciação e Amortização	37.114	43.446	-14,6%	113.991	123.150	-7,4%
EBITDA Total	240.955	149.694	61,0%	596.870	494.644	20,7%
(-) Despesas de aluguel (IFRS16)	(31.152)	(28.586)	9,0%	(92.536)	(85.298)	8,5%
(+/-) Efeitos não recorrentes ¹	(35.268)	6.250	-664,3%	(24.157)	(52.463)	-54,0%
EBITDA Ajustado	174.533	127.358	37,0%	480.176	356.883	34,5%
<i>Margem EBITDA Ajustada (%)</i>	<i>26,3%</i>	<i>22,6%</i>	<i>3,6 p.p.</i>	<i>24,5%</i>	<i>21,4%</i>	<i>3,0 p.p.</i>

1. Itens não recorrentes 3T25: destacam-se êxito com advogados e ajustes na estrutura organizacional e créditos extemporâneos de PIS/COFINS.

O EBITDA Ajustado da companhia somou R\$ 174,5 milhões no 3T25, crescimento de 37,0% ante o 3T24, com Margem EBITDA Ajustada de 26,3%, expansão de 3,6 p.p. sobre 3T24. O EBITDA do trimestre foi ajustado pela despesa de aluguel dos contratos classificados pelo IFRS 16, bem como por efeitos não recorrentes como êxito com advogados e ajustes na estrutura organizacional.

No trimestre, o impacto residual da contabilização dos Gastos Gerais de Fabricação (GGF) no EBITDA, somou R\$ 7,5 milhões. Ao expurgar esse impacto, o EBITDA ajustado seria R\$ 167,1 milhões, o que representaria uma margem de 25,1%, expansão de 2,5 p.p. em comparação ao 3T24, resultado da significativa expansão da margem bruta no período.



3T25 | LUCRO LÍQUIDO E MARGEM LÍQUIDA

Reconciliação do Lucro Líquido (R\$ mil)	3T25	3T24	Δ% 25vs24	9M25	9M24	Δ% 25vs24
EBITDA Ajustado	174.533	127.358	37,0%	480.176	356.883	34,5%
<i>Margem EBITDA Ajustada (% Receita Líquida)</i>	<i>26,3%</i>	<i>22,6%</i>	<i>3,6 p.p.</i>	<i>24,5%</i>	<i>21,4%</i>	<i>3,0 p.p.</i>
(-) Despesas de aluguel (IFRS16)	31.152	28.586	9,0%	92.536	85.298	8,5%
(-) Efeitos não recorrentes (Despesas Operacionais)	35.268	(6.250)	664,3%	24.157	52.463	-54,0%
(+) Depreciação e Amortização	(37.114)	(43.446)	-14,6%	(113.991)	(123.150)	-7,4%
(+) Resultado financeiro	(28.586)	(14.894)	91,9%	(81.808)	(26.899)	204,1%
(+) IR/CSLL	595	15.811	-96,2%	40.903	9.341	337,9%
Lucro Líquido	175.850	107.165	64,1%	441.975	353.936	24,9%
<i>Margem Líquida (% Receita Líquida)</i>	<i>26,5%</i>	<i>19,0%</i>	<i>7,4 p.p.</i>	<i>22,5%</i>	<i>21,3%</i>	<i>1,2 p.p.</i>

A Companhia obteve Lucro Líquido de R\$ 175,8 milhões no trimestre e Margem Líquida de 26,5%. O impacto residual da contabilização dos Gastos Gerais de Fabricação (GGF¹) no lucro do trimestre foi de R\$ 10,1 milhões. Adicionalmente, outro fator que impacta o lucro positivamente versus o 3T24 foi a adequação da alíquota para cálculo do IR Diferido² que neste período teve efeito de R\$ 14,3 milhões.

1. **Gastos Gerais de Fabricação (GGF)**: No fechamento do exercício de 2024, a Companhia modificou a metodologia contábil de custeio de Gastos Gerais de Fabricação (compostos por remuneração de pessoal de fábrica e demais custos incorridos na planta fabril). Tais gastos passam a ser atribuídos aos custos de cada produto produzido (compondo o valor do estoque de produto acabado) e irão transitar na linha de custo apenas no momento em que o produto produzido seja vendido para o consumidor final (à luz do CPC 16 – Custos). 2. **Mudança na contabilização do Imposto de Renda Diferido**: No exercício de 2024, a Companhia revisou os cálculos do imposto de renda diferido sobre os lucros não realizados nos estoques das operações entre suas controladas, passando a utilizar a taxa nominal de IRPJ e CSLL no Brasil, equivalente a 34%, à luz do CPC 32 – Tributos sobre o Lucro. Anteriormente a Companhia utilizava a taxa média efetiva consolidada para calcular o imposto diferido.

Investimentos (R\$ mil)	3T25	3T24	Δ% 25vs24	9M25	9M24	Δ% 25vs24
Capex Total	22.237	34.509	-35,6%	58.579	108.005	-45,8%
Novas Lojas	5.707	16.511	-65,4%	16.194	51.944	-68,8%
Reformas e Manutenção	5.211	4.540	14,8%	10.886	11.809	-7,8%
Fábrica	3.734	5.258	-29,0%	15.194	12.617	20,4%
Sistemas/TI	1.735	7.813	-77,8%	7.518	27.314	-72,5%
Outros ¹	5.850	387	1411,7%	8.787	4.320	103,4%
CAPEX/Receita Líquida (%)	3,3%	6,1%	(2,8 p.p.)	3,0%	6,5%	(3,5 p.p.)

1. Outros: inclui novo CD do Espírito Santo

No 3T25, os investimentos totalizaram R\$ 22,2 milhões, uma redução de 35,6% versus o 3T24, explicada pelo menor número de inaugurações de lojas, melhores negociações com fornecedores e menor volume de despesas de TI.

3T25 | ENDIVIDAMENTO

Dívida Líquida (R\$ mil)	9M25	6M25	2024	Δ %	9M24	Δ %
Empréstimos e Financiamentos	551.534	476.315	398.561	38,4%	230.973	138,8%
Curto Prazo	42.540	159.490	113.370	-62,5%	140.973	(69,8%)
Longo Prazo	508.994	316.824	285.191	78,5%	90.000	465,5%
Caixa e Equivalentes (incl. Títulos mobiliários)	234.363	186.085	282.683	-17,1%	314.057	(25,4%)
Dívida Líquida (Caixa Líquido)	317.171	290.229	115.878	173,7%	(83.084)	(481,7%)
EBITDA Ajustado LTM (últimos 12 meses)	780.826	733.652	657.534	18,8%	557.283	40,1%
Dívida Líquida/EBITDA Ajustado	0,4x	0,4x	0,2x	na	(0,1x)	na

Ao final do 3T25, a dívida líquida somava R\$ 317,2 milhões, R\$ 26,9 milhões acima da registrada ao final de 2T25. A Companhia obteve redução de R\$ 224,9 milhões de risco sacado no 3T25 na comparação com dezembro/24. Abaixo é apresentada a classificação desse saldo entre linhas.

A redução é resultado da mudança de metodologia de compra, na qual a Companhia deixa de contratar operações de risco sacado na compra de metais.

Risco Sacado (por linha contábil)	9M25	2024	9M25 vs 2024
Fornecedores (Convênio)	1.526	214.135	- 212.608
Empréstimos	35.823	48.182	- 12.359
Total	37.349	262.317	- 224.967

3T25 | GERAÇÃO DE CAIXA

Geração de Caixa (R\$ mil)	3T25	3T24	Δ% 25vs24	9M25	9M24	Δ% 25vs24
Lucro Líquido	175.850	107.165	64,1%	441.975	353.936	24,9%
(+/-) Ajustes do Lucro Líquido e Outros Ajustes ¹	(24.826)	(4.299)	477,5%	(51.637)	(70.662)	-26,9%
Lucro Líquido Ajustado	151.022	102.866	46,8%	390.338	283.274	37,8%
Capital de Giro	(162.110)	(97.510)	66,3%	(405.923)	(20.863)	1845,7%
Contas a Receber	(35.409)	70.732	-150,1%	134.463	166.945	-19,5%
Estoques	(127.462)	(174.139)	-26,8%	(289.448)	(277.238)	4,4%
Fornecedores	38.521	49.278	-21,8%	(163.434)	156.678	-204,3%
Impostos a Recuperar	(1.046)	(12.773)	-91,8%	17.828	29.517	-39,6%
Obrigações Tributárias	2.602	(20.008)	113,0%	(16.072)	(52.111)	-69,2%
Outros ativos e passivos	(39.315)	(10.600)	270,9%	(89.260)	(44.654)	99,9%
Caixa das Atividades Operacionais Gerencial¹	(11.088)	5.357	-307,0%	(15.585)	262.411	-105,9%
Capex	(22.052)	(34.509)	-36,1%	(58.394)	(108.004)	-45,9%
Geração (Consumo) de Caixa Livre²	(33.140)	(29.152)	13,7%	(73.979)	154.407	-147,9%

1. Outros ajustes: (i) IR/CSLL, (ii) Juros e (iii) Arrendamentos de direito de uso.

2. Essa é uma medição gerencial, não contábil, elaborada pela Companhia, e não é parte integrante do escopo de trabalho da auditoria independente.

O 3T25 registrou consumo de caixa operacional (após juros e imposto de renda) de R\$ 11,1 milhões devido à antecipação de R\$ 90 milhões em recebíveis de cartão de crédito que seriam recebidos em julho/2025, mas foram antecipados para junho/25. Sem esta antecipação, o trimestre registrou uma geração operacional de R\$ 77,8 milhões

A Companhia segue executando seu plano de crescimento (com abertura de lojas e sustentação do SSS), ao mesmo tempo em que busca eficiência no seu estoque de matéria-prima e produtos acabados.

No terceiro trimestre, a linha de estoque registrou um aumento de 8,5% (vs 2T25), menor aumento de um terceiro trimestre contra o segundo desde 2020 (conforme gráfico apresentado abaixo).

As iniciativas de otimização de estoque seguem sendo executadas conforme o plano:

- Produtos foram realocados em lojas com potencial de giro mais rápido (impulsionando vendas);
- Derretimento de peças com menor velocidade de vendas, transformaram produto acabado ocioso em matéria-prima para produção de *fast-movers*.

Essas iniciativas possibilitaram a redução de produtos acabados de ouro e fizeram a linha de ouro como matéria-prima aumentar. Com isso, finalizamos o trimestre com 130 kg de ouro além do que será utilizado na produção no 4T25. Ainda temos produtos que poderão ser alvo de derretimento no 1T26 caso não sejam vendidos, potencialmente reduzindo a necessidade de compra de ouro em 2026.

Vale ressaltar que a iniciativa do recolhimento de produtos de baixo giro nas lojas Vivara não impactou o SSS do terceiro trimestre, evidenciando a assertividade dos modelos de planejamento de demanda.

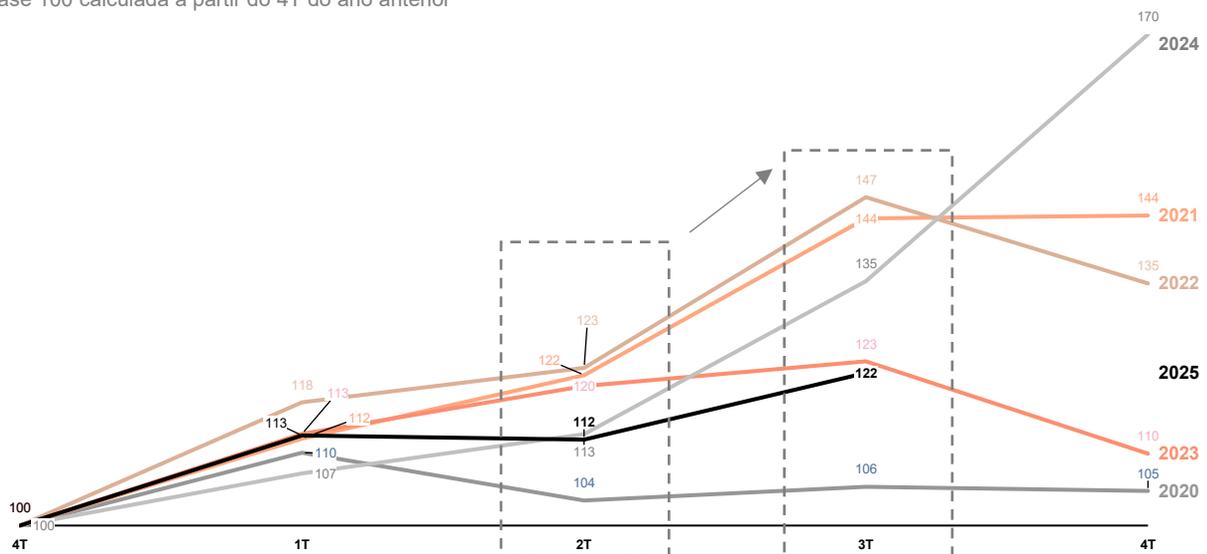
	3T25	2T25	Var. (%)
Estoque Total	1.623.503	1.496.595	8,5%
Produtos acabados	1.147.361	1.098.561	4,4%
Matéria Prima	407.758	337.653	20,8%
Embalagens	60.357	60.207	0,2%
Estoque em trânsito	8.027	174	na

A tabela abaixo apresenta a análise dos dias de estoque, já expurgado o efeito GGF, tanto no saldo de estoque quanto no custo dos últimos 12 meses (LTM).

	3T23	4T23	1T24	2T24	3T24	4T24	1T25	2T25	3T25
Estoques	876.445	782.706	841.015	884.935	1.056.187	1.332.578	1.504.039	1.496.595	1.623.503
GGF	-	-	-	-	-	43.911	52.746	65.298	75.445
Estoques (Ex-GGF)	876.445	782.706	841.015	884.935	1.056.187	1.288.667	1.451.293	1.431.297	1.548.058
COGS LTM	- 625.041 -	- 670.864 -	- 693.423 -	- 728.173 -	- 766.094 -	- 767.087 -	- 797.888 -	- 804.141 -	- 808.225
COGS LTM (Ex-GGF)	- 625.041 -	- 670.864 -	- 693.423 -	- 728.173 -	- 766.094 -	- 810.998 -	- 850.634 -	- 869.439 -	- 883.671
Dias de Estoque (Ex-GGF)	505	420	437	438	496	572	614	593	631

Evolução Trimestral do Estoque | 2020 a 2025

Base 100 calculada a partir do 4T do ano anterior

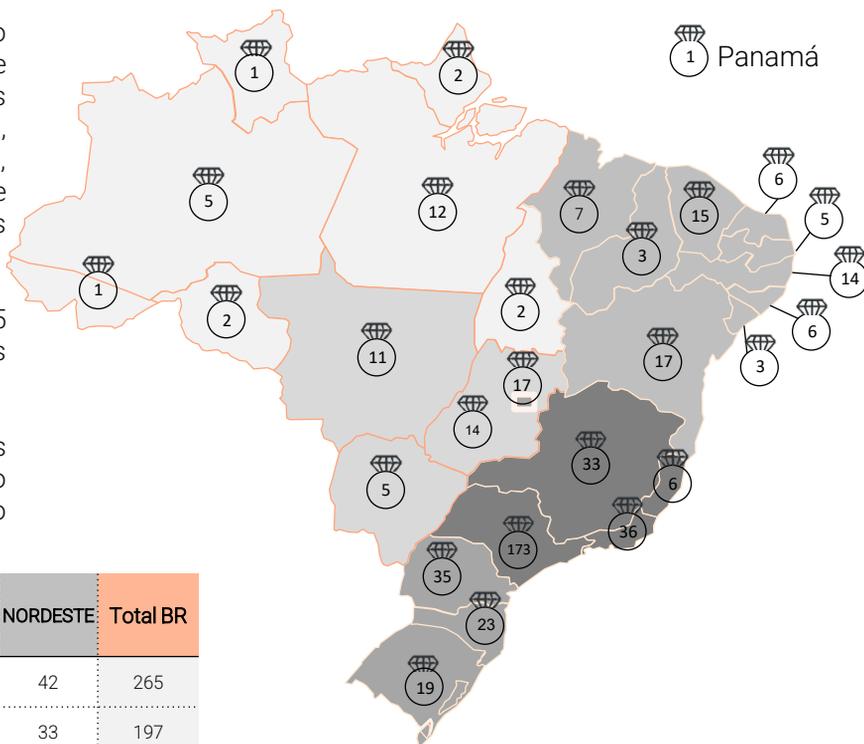


A Vivara segue diligente com as iniciativas voltadas à otimização dos saldos de estoque. Esse movimento faz parte de um planejamento estruturado que visa sustentar a performance comercial sem comprometer a trajetória de maior eficiência na gestão de estoques.

A Companhia encerrou o terceiro trimestre de 2025 com 474 pontos de venda em operação, sendo 266 lojas Vivara (265 no Brasil e 1 no Panamá), 197 lojas Life e 11 quiosques, terminando o período com área de vendas total de 39.581 metros quadrados.

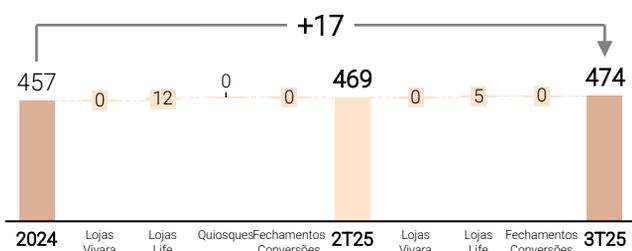
Durante o 3T25, foram inauguradas 5 lojas Life, adicionando 405 metros quadrados à área de vendas total.

A Companhia possui lojas em todas as regiões do país com maior concentração na região Sudeste, onde estão localizadas 52,4% do total de lojas.

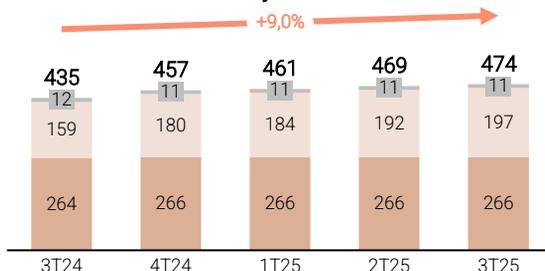


	NORTE	CENTRO-OESTE	SUL	SUDESTE	NORDESTE	Total BR
Loja Vivara	13	27	46	137	42	265
Loja Life	11	20	30	103	33	197
Quiosque	1	0	1	8	1	11
Total	25	47	77	248	76	473

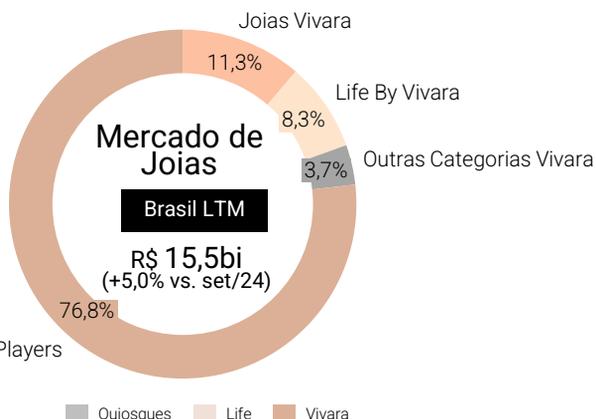
EVOLUÇÃO 9M25



EVOLUÇÃO 12 MESES



Market Share: A Companhia encerrou o 3T25 com 23,2% de participação no mercado brasileiro de joias (+5,0% vs. 3T24), sendo 11,3% referente à categoria de joias Vivara, 8,3% à Life e 3,7% às demais categorias. A conquista de share é reflexo do sucesso dos lançamentos de produtos, com gestão eficiente de mix e preços, em conjunto com uma expansão sólida e gradual. A Companhia segue confiante na manutenção e expansão da sua posição de liderança no mercado, o que fortalecerá cada vez mais seus projetos de crescimento.



- **FOCO NA SAZONALIDADE:** As equipes estão plenamente preparadas para capturar o potencial das sazonalidades, Black Friday e Natal, com treinamentos intensivos e o reforço da cultura comercial promovido durante a Convenção de Vendas 2025. Os estoques foram estrategicamente planejados para sustentar uma operação robusta durante o período de maior demanda. Além disso, houve avanços significativos na jornada *omni*, com destaque para a integração e aprimoramento do Site e *app*, além da consolidação do programa *Personal Shopper*, reforçando a experiência de compra personalizada e o relacionamento com o cliente.
- **LIFE:** Na constante busca por *freshness* e inovação, a companhia retomou a parceria com a Disney e lançou pingentes temáticos no final de setembro de 2025 de modo a impulsionar subcategoria *Moments*. No portfólio de produtos, a companhia prevê reforçar os lançamentos de coleções, ampliar a linha de produtos comerciais com novos modelos e iniciar a venda de relógios masculinos nas lojas Life
- **GERAÇÃO DE CAIXA:** A Companhia vem adotando uma série de iniciativas visando elevar a geração de caixa operacional, como renegociação de prazos com fornecedores, redução na compra de matéria-prima alinhada ao plano de otimização do estoque e ganho de eficiência na gestão tributária. Com isso, projeta-se uma conversão mais elevada de EBITDA em caixa operacional.
- **EXPANSÃO 2026:** A Companhia prepara-se para acelerar o ritmo de aberturas de lojas em 2026, com foco estratégico na expansão da marca Life, fortalecendo sua presença em praças prioritárias e ampliando o alcance da marca.

Mensagem do CEO

Prezados acionistas,

Encerramos o terceiro trimestre de 2025 com muita satisfação e orgulho pelos resultados alcançados: ganhamos market share, nos tornamos mais eficientes e temos um negócio cada vez mais resiliente e promissor. Foi um período de exímia execução do nosso planejamento, durante o qual nossas equipes demonstraram, mais uma vez, conhecimento, engajamento e busca pela excelência.

Entramos no quarto trimestre com total foco em Black Friday e Natal. Após uma intensa agenda de treinamentos e de alinhamento cultural durante a Convenção de Vendas 2025, nossas equipes estão preparadas e motivadas. Planejamos estoques de forma estratégica e fortalecemos nossa jornada *omnicanal* com melhorias no nosso site e aplicativo e consolidação do programa *Personal Shopper*, que tem melhorado o relacionamento e proporcionando uma experiência de compra personalizada aos nossos clientes.

Na Life, seguimos evoluindo em inovação de produto. Retomamos a parceria com a Disney, relançando os pingentes da linha *Moments* no final de setembro, um movimento que reforça a atratividade e a relevância da marca.

Com o avanço das vendas e a sazonalidade favorável do final de ano, esperamos um forte trimestre de geração de caixa, apoiado em uma operação sólida e eficiente.

Por fim, já estamos preparando o próximo ciclo de crescimento. Em 2026, aceleraremos o ritmo de aberturas, com foco especial em novas lojas Life. Com o movimento queremos consolidar a nossa presença e ampliar o alcance da marca em todo o Brasil.

Quero agradecer sinceramente a todos os colaboradores, parceiros e acionistas que contribuíram para este trimestre de conquistas. Entramos no quarto trimestre confiantes, determinados e com a convicção de que entregaremos mais um resultado sólido, sustentado por uma execução de excelência e pela paixão que move nossa Companhia.

Um grande abraço,

Icaro Borrello
CEO





Life
VIVARA

DRE (R\$ mil)	3T25	3T24	Δ% 25vs24	9M25	9M24	Δ% 25vs24
Receita Bruta de Vendas de Mercadorias	804.526	696.132	15,6%	2.431.912	2.115.416	15,0%
Receita Bruta de Serviços	2.029	2.692	-24,6%	6.512	7.664	-15,0%
Devoluções	(1.122)	(1.420)	-21,0%	(2.790)	(14.222)	-80,4%
Receita Bruta (Líquida de devoluções)	805.433	697.405	15,5%	2.435.634	2.108.858	15,5%
Deduções da Receita Bruta	(140.930)	(134.505)	4,8%	(473.029)	(445.046)	6,3%
Receita Líquida	664.503	562.900	18,0%	1.962.605	1.663.812	18,0%
(-) Custos dos Produtos Vendidos e serviços prestados	(189.966)	(182.997)	3,8%	(572.354)	(522.841)	9,5%
(-) Depreciações e Amortizações	(308)	(3.193)	-90,4%	(1.135)	(9.511)	-88,1%
(=) Lucro Bruto	474.229	376.710	25,9%	1.389.115	1.131.460	22,8%
(-) Despesas Operacionais	(270.388)	(270.461)	0,0%	(906.235)	(759.966)	19,2%
Vendas	(214.012)	(179.434)	19,3%	(654.746)	(578.857)	13,1%
Pessoal	(113.380)	(102.238)	10,9%	(347.797)	(319.801)	8,8%
Aluguéis e condomínios	(23.306)	(22.609)	3,1%	(71.823)	(65.937)	8,9%
Frete	(13.576)	(8.310)	63,4%	(32.674)	(24.324)	34,3%
Comissão sobre Cartões	(14.314)	(14.060)	1,8%	(43.570)	(41.648)	4,6%
Serviços de Terceiros	(8.373)	(2.982)	180,8%	(28.421)	(17.504)	62,4%
Despesas com Marketing	(25.020)	(13.917)	79,8%	(76.391)	(63.850)	19,6%
Outras despesas com vendas	(16.042)	(15.318)	4,7%	(54.070)	(45.792)	18,1%
Gerais e Administrativas	(50.670)	(48.954)	3,5%	(161.213)	(142.669)	13,0%
Pessoal	(22.982)	(23.658)	-2,9%	(70.109)	(71.274)	-1,6%
Aluguéis e condomínios	(255)	(331)	-23,0%	(957)	(869)	10,1%
Serviços de Terceiros	(20.570)	(15.673)	31,2%	(64.559)	(41.796)	54,5%
Outras Despesas Gerais e Administrativas	(6.864)	(9.292)	-26,1%	(25.589)	(28.730)	-10,9%
Depreciações e Amortizações	(36.806)	(40.253)	-8,6%	(112.855)	(113.639)	-0,7%
Outros Despesas (Receitas) Operacionais	31.100	(1.821)	-1808,2%	22.580	75.199	-70,0%
(=) Lucro (Prejuízo) Antes das Financeiras	203.841	106.248	91,9%	482.880	371.494	30,0%
(=) Resultado Financeiro	(28.586)	(14.894)	91,9%	(81.808)	(26.899)	204,1%
Receitas Financeiras	33.095	11.060	199,2%	59.201	46.949	26,1%
Despesas Financeiras	(61.681)	(25.954)	137,7%	(141.008)	(73.848)	90,9%
(=) Lucro Operacional	175.255	91.354	91,8%	401.072	344.595	16,4%
Imposto de Renda e Contribuição Social	595	15.811	-96,2%	40.903	9.341	337,9%
(=) Lucro Líquido	175.850	107.165	64,1%	441.974	353.936	24,9%

	9M25	2024	Δ%
CIRCULANTE			
Caixa e equivalentes de caixa	234.363	278.153	-15,7%
Títulos e valores mobiliários	-	4.530	-100,0%
Contas a receber	820.656	955.208	-14,1%
Estoques	1.623.503	1.332.578	21,8%
Impostos a recuperar	262.981	189.904	38,5%
Despesas pagas antecipadamente e outros créditos	86.678	21.515	302,9%
Total do ativo circulante	3.028.181	2.781.888	8,9%
NÃO CIRCULANTE			
Depósitos judiciais	26.133	24.779	5,5%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	590.426	429.267	37,5%
Instrumentos derivativos ativo	-	1.276	-100,0%
Despesas pagas antecipadamente e outros créditos	1.180	2.879	-59,0%
Impostos a recuperar	35.169	113.142	-68,9%
Imobilizado	955.645	853.172	12,0%
Intangível	62.459	67.326	-7,2%
Total do ativo não circulante	1.671.012	1.491.842	12,0%
ATIVO TOTAL	4.699.193	4.273.730	10,0%
CIRCULANTE			
Fornecedores	210.960	158.736	32,9%
Fornecedores Convenio	1.526	214.135	-99,3%
Empréstimos e financiamentos	42.540	113.370	-62,5%
Obrigações trabalhistas e previdenciárias	116.438	125.293	-7,1%
Obrigações tributárias	101.917	106.981	-4,7%
Arrendamentos a pagar	10.336	14.933	-30,8%
Arrendamentos direito de uso a pagar	82.191	88.069	-6,7%
Juros sobre capital próprio a pagar	-	2	-100,0%
Dividendos a pagar	8	155.186	-100,0%
Outras obrigações	20.373	18.982	7,3%
Total do passivo circulante	586.289	995.687	-41,1%
NÃO CIRCULANTE			
Instrumentos derivativos passivo LP	35.845	-	na
Empréstimos e financiamentos	508.994	285.191	78,5%
Provisão para riscos cíveis, trabalhistas e tributários	32.178	18.317	75,7%
Arrendamentos direito de uso a pagar	595.771	472.131	26,2%
Outras obrigações	4.265	5.462	-21,9%
Total do passivo não circulante	1.177.053	781.101	50,7%
PATRIMÔNIO LÍQUIDO			
Capital social	1.705.381	1.705.381	0,0%
Reservas de Capital	(53.041)	(53.041)	0,0%
Ações em tesouraria	(26.818)	(26.850)	-0,1%
Opções Outorgadas	1.894	4.346	-56,4%
Reservas de lucros	866.642	866.640	0,0%
Lucros acumulados	441.975	-	na
Outros Resultados Abrangentes	(182)	466	-139,1%
Total do patrimônio líquido	2.935.851	2.496.942	17,6%
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	4.699.193	4.273.730	10,0%

Fluxo de Caixa (R\$ mil)	3T25	3T24	Δ% 25vs24	9M25	9M24	Δ% 25vs24
Lucro Líquido	175.850	107.165	64,1%	441.975	353.936	24,9%
Ajustes do Lucro Líquido	40.438	54.940	-26,4%	152.128	85.780	77,3%
Lucro Líquido Ajustado	216.288	162.106	33,4%	594.103	439.716	35,1%
Varição nos ativos e passivos operacionais:	-	-	-	-	-	-
Contas a receber	(35.409)	70.732	-150,1%	134.463	166.945	-19,5%
Estoques	(127.462)	(174.139)	26,8%	(289.448)	(277.238)	-4,4%
Fornecedores	38.521	49.278	-21,8%	(163.434)	156.678	-204,3%
Impostos a Recuperar	(1.046)	(12.773)	91,8%	17.828	29.517	-39,6%
Obrigações Tributárias	2.602	(20.008)	113,0%	(16.072)	(52.111)	69,2%
Outros ativos e passivos	(39.315)	(10.600)	-270,9%	(89.260)	(44.654)	-99,9%
Caixa das atividades operacionais	54.177	64.596	-16,1%	188.181	418.852	-55,1%
Imposto de Renda e Contribuição Social	(18.283)	(20.925)	12,6%	(63.958)	(42.835)	-49,3%
Juros pagos de empréstimos e financiamentos	(15.525)	(9.006)	-72,4%	(37.693)	(19.450)	-93,8%
Juros pagos de arrendamentos de direito de uso	(7.873)	(14.484)	45,6%	(25.331)	(42.758)	40,8%
Caixa líquido das atividades operacionais	12.496	20.181	-38,1%	61.199	313.809	-80,5%
Ações em Tesouraria	(2.528)	-	n.a.	(2.528)	(6.973)	63,7%
Imobilizado	(20.229)	(24.601)	17,8%	(49.796)	(78.855)	36,9%
Intangível	(1.822)	(9.908)	81,6%	(8.598)	(29.149)	70,5%
Outros	(966)	53.935	-101,8%	4.530	72.993	-93,8%
Caixa das atividades de Investimentos	(25.546)	19.426	-231,5%	(56.392)	(41.984)	-34,3%
Dividendos e JCP	-	-	-	(155.177)	(87.693)	-77,0%
Empréstimos e financiamentos	86.712	(0)	n.a.	185.165	(50.070)	469,8%
Arrendamento do Direito de Uso	(23.583)	(14.825)	-59,1%	(76.783)	(51.399)	-49,4%
Outros	(1.800)	-	-	(1.802)	(5.256)	65,7%
Caixa das atividades de financiamento	61.329	(14.825)	513,7%	(48.597)	(194.418)	75,0%
Aumento (redução) de caixa e equivalente de caixa	48.279	24.783	94,8%	(43.790)	77.407	-156,6%
Saldo Inicial de caixa e equivalente de caixa	186.085	274.119		278.153	221.495	
Saldo final de caixa e equivalente de caixa	234.363	298.902		234.363	298.902	

- **EBITDA Ajustado e Margem EBITDA Ajustada** - O EBITDA (*Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization*) ou LAJIDA (Lucros Antes de Juros, Impostos, Depreciações e Amortizações) é uma medição não contábil divulgada pela Companhia em consonância com a Instrução CVM nº 527/12. A partir do cálculo acima, é realizado o ajuste para eliminação de efeitos não recorrentes no resultado e, para melhor comparabilidade, exclui-se também o efeito da adoção do CPC06/IFRS16, que entrou em vigor em 1 de janeiro de 2019, gerando o EBITDA Ajustado. Efeitos não recorrentes são caracterizados por efeitos pontuais que acontecem no resultado da Companhia. Por estes montantes não fazerem parte recorrente do resultado, a Companhia opta em realizar o ajuste para que no “EBITDA Ajustado” apareçam apenas números recorrentes. A Companhia utiliza o EBITDA Ajustado como medida de performance para efeito gerencial e para comparação com empresas similares.
- **Dívida Líquida** - A Dívida Líquida aqui apresentada é resultante do somatório dos empréstimos de curto e longo prazos presentes no Passivo Circulante e no Passivo Não Circulante da Companhia subtraídos da soma de Caixa e Equivalentes de Caixa com Títulos e Valores Mobiliários presentes no Ativo Circulante e no Ativo Não Circulante da Companhia.
- A Companhia entende que o Índice de **Dívida Líquida/EBITDA Ajustado** auxilia na avaliação da alavancagem e liquidez. O **EBITDA Ajustado LTM** (*Last Twelve Months EBITDA*) é a somatória dos últimos 12 meses e também representa uma alternativa da geração operacional de caixa.
- O EBITDA Ajustado, a Dívida Líquida, o indicador **Dívida Líquida/EBITDA Ajustado LTM**, **Geração de Caixa Operacional**, **Lucro Bruto (Comparável)** e **Lucro Líquido (Comparável)** apresentadas neste documento não são medidas de lucro segundo as práticas contábeis adotadas no Brasil e não representam os fluxos de caixa dos períodos apresentados e, portanto, não são uma medida alternativa aos resultados ou fluxos de caixa.
- **Geração de Caixa Operacional** aqui apresentada é uma medição gerencial, resultante do fluxo de caixa de atividades operacionais apresentado na Demonstração de Fluxo de Caixa (DFC), ajustada pelo “Arrendamento do direito de uso”, que a partir de adoção do CPC06/IFRS16 passou a ser contabilizado na DFC, como atividade de financiamento.

AVISO LEGAL

As afirmações contidas neste documento relacionadas a perspectivas sobre os negócios, projeções sobre resultados operacionais e financeiros e aquelas relacionadas a perspectivas de crescimento da Vivara S.A. são meramente projeções e, como tais, são baseadas exclusivamente nas expectativas da Diretoria sobre o futuro dos negócios. Essas expectativas dependem, substancialmente, das condições de mercado, do desempenho da economia brasileira, do setor e dos mercados internacionais e, portanto, estão sujeitas a mudanças sem aviso prévio.

Todas as variações aqui apresentadas são calculadas com base nos números em milhares de reais, assim como os arredondamentos.

O presente relatório de desempenho inclui dados contábeis e não contábeis, tais como dados operacionais, números financeiros pro forma e projeções baseadas na expectativa da Administração da Companhia. Os dados não contábeis aqui apresentados não foram objeto de revisão por parte dos auditores independentes da Companhia.

RELAÇÕES COM INVESTIDORES

Icaro Borrello – Diretor Presidente

Elias Leal – Diretor de Finanças e Relações com Investidores

Caio Barbuto – Gerente Executivo de RI e Tesouraria

Gabriela Luz – Analista de RI

E-mail: ri@vivara.com.br

VIVARA

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