



VIVARA

2T25 • VIDEOCONFERÊNCIA DE

RESULTADOS

PRINCIPAIS MENSAGENS

CRESCIMENTO **CONSISTENTE**

- Receita bruta (líq. de devoluções) **+15,9% YoY**, | Receita Líquida **+16,0% YoY**
 - Impulsionada por vendas nas mesmas lojas (SSS) de **11,0%**, com destaque para aceleração das lojas Life e do canal digital

EXPANSÃO DE MARGEM BRUTA E MARGEM EBITDA

- Margem Bruta de **72,3%** | expansão de + 3,5 p.p. YoY | ex-GGF¹ **+1,8p.p. YoY**
- Margem EBITDA de **26,9%** | expansão de + 1,9 p.p. YoY | ex-GGF¹ **+0,5p.p. YoY**

SÓLIDA GERAÇÃO DE CAIXA

Geração de caixa operacional de R\$ 169,1 milhões no trimestre

NOVO CENTRO DE DISTRIBUIÇÃO

Início da operação do Novo Centro de Distribuição localizado no Espírito Santo

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).





DESTAQUES 2T25

R\$ 969,7 milhões

RECEITA BRUTA | +15,9% vs 2T24
(Líq. de devoluções)

+11,0%

SSS | Lojas Físicas vs 2T24
+11,9% Lojas Vivara | +9,1% Lojas Life

R\$ 839,7 milhões

VENDAS FÍSICAS | +16,1% vs 2T24

R\$ 126,6 milhões

VENDAS DIGITAIS | +15,1% vs 2T24

72,3%

MG. BRUTA | +3,5 p.p YoY
| ex-GGF¹ +1,8 p.p. YoY

R\$ 204,6 milhões

EBITDA AJUSTADO | +24,7% vs 2T24

R\$ 169,1 milhões

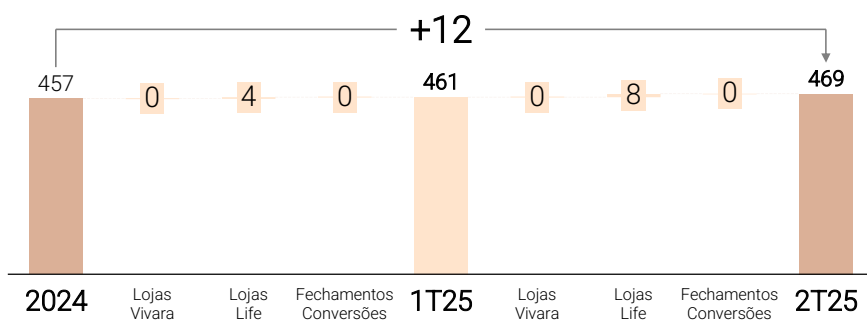
GERAÇÃO DE CAIXA OPERACIONAL
(após IR, juros e arrendamentos)

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).

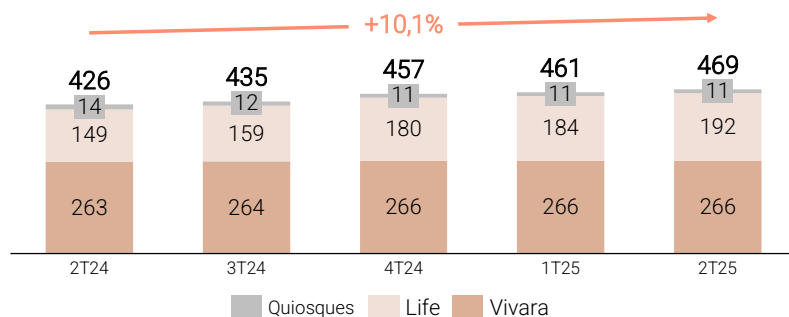
EXPANSÃO 2T25

EVOLUÇÃO DOS PONTOS DE VENDA

+8 lojas no 2T25



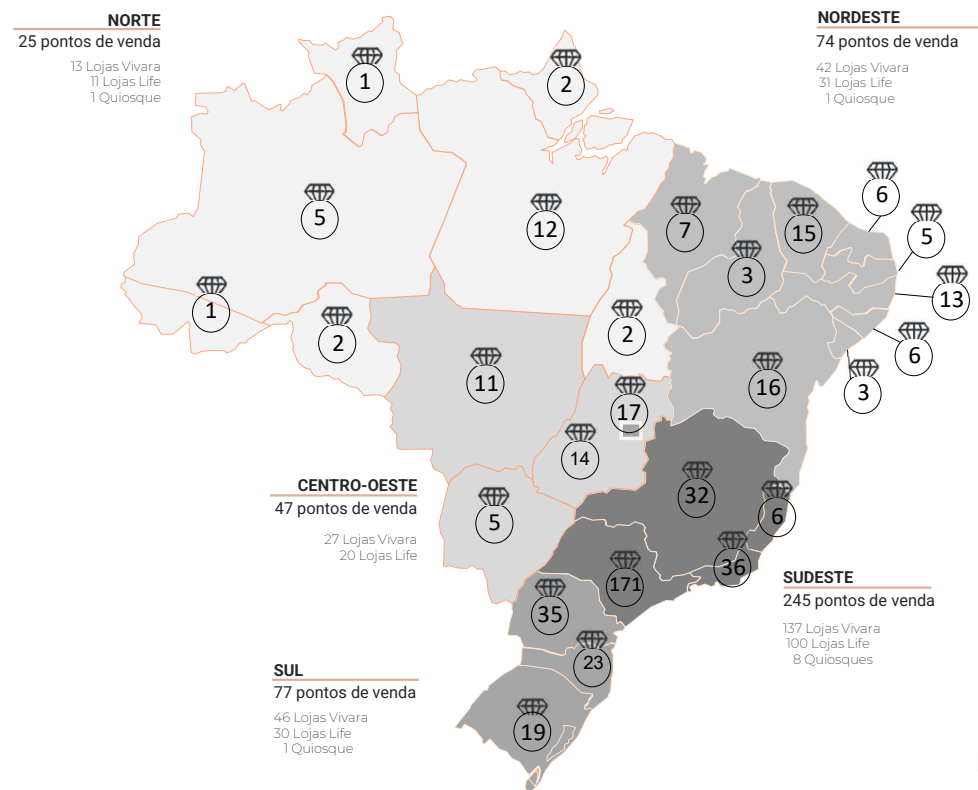
EVOLUÇÃO DOS PONTOS DE VENDA Últimos 12 meses



INTERNACIONAL: 1 loja (Panamá) | Projeto Piloto



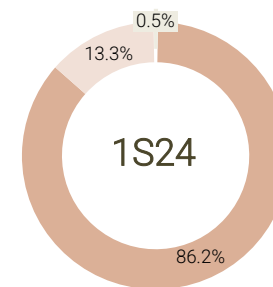
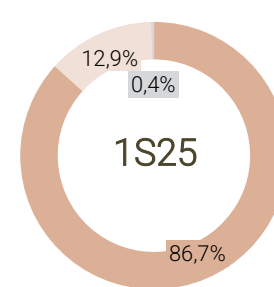
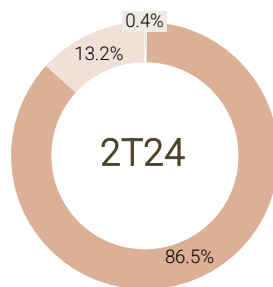
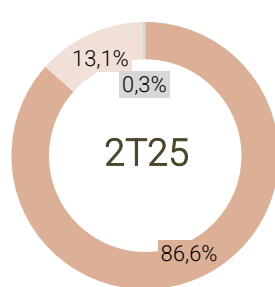
BRASIL: 468 pontos de venda | Presença em 100% dos estados brasileiros



RECEITA

Receita por canal (R\$ mil)	2T25	2T24	Δ% 25vs24	1S25	1S24	Δ% 25vs24
Receita Bruta (Líq. de devoluções)	969.709	836.595	15,9%	1.630.201	1.411.454	15,5%
Lojas Físicas	839.688	723.546	16,1%	1.413.492	1.216.620	16,2%
Lojas Vivara	625.788	555.060	12,7%	1.061.153	940.273	12,9%
Lojas Life	208.961	161.779	29,2%	344.110	264.883	29,9%
Quiosques	4.939	6.707	-26,4%	8.229	11.464	-28,2%
Vendas Digitais	126.641	110.069	15,1%	210.881	187.640	12,4%
Outros	3.380	2.980	13,4%	5.829	7.193	-19,0%
Deduções da Receita Bruta	(208.688)	(180.273)	15,8%	(332.099)	(310.542)	6,9%
Receita Líquida	761.021	656.322	16,0%	1.298.102	1.100.913	17,9%
SSS (lojas físicas)	11,0%	12,9%	na	10,6%	11,8%	na

Share (%)
por canal



Lojas Físicas Vendas Digitais Outras Receitas

LOJAS VIVARA

R\$ 625,8 MM

Receita Bruta (líq. de dev)
+12,7% vs 2T24

11,9%

Same Store Sales
+0,6 p.p. QoQ (vs 1T25)

+15,4%

crescimento da
categoria de Joias
vs 2T24

266

lojas



LOJAS LIFE

R\$ 209,0 MM

Receita Bruta (líq. de dev)
+29,2% vs 2T24

9,1%

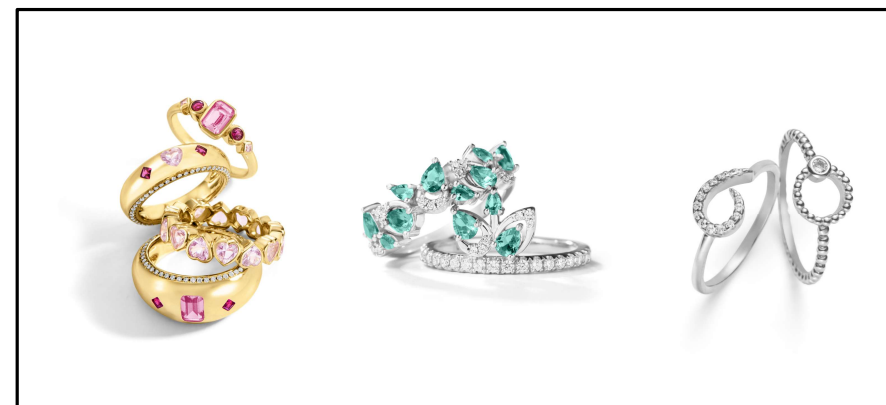
Same Store Sales
+2,8 p.p. QoQ (vs 1T25)

60,6%

representatividade das
lojas Life nas vendas da
categoria Life
+5,7 p.p. vs 2T24

84 lojas maduras

(44% do parque Life)
com faturamento médio
de R\$ 5,9 mm (LTM)



DIGITAL

R\$ 126,6 MM

Receita Bruta (líq. de dev)

+15,1% vs 2T24 | mais um trimestre de crescimento orgânico

13,1%

Participação nas vendas totais

Semelhante ao 2T24 (13,2%)

+29,3%

Crescimento das vendas

OMS

+5,2 p.p. vs 2T24

Lançamento do novo APP Vivara

+ 500k Downloads

17% de participação nas vendas digitais no 2T25

Conversão de vendas 4x maior do que Website

39,2%

Participação da categoria

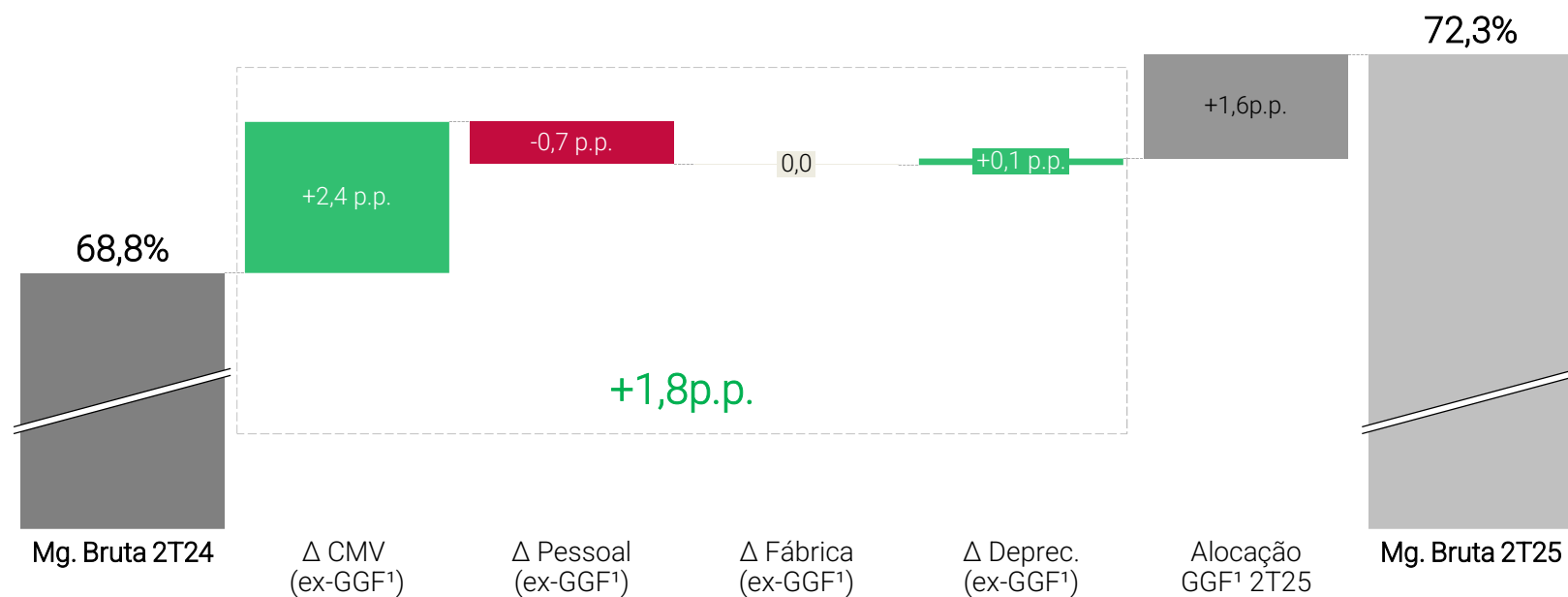
Life no mix de vendas

+3,1 p.p. vs 2T24



EVOLUÇÃO MARGEM BRUTA

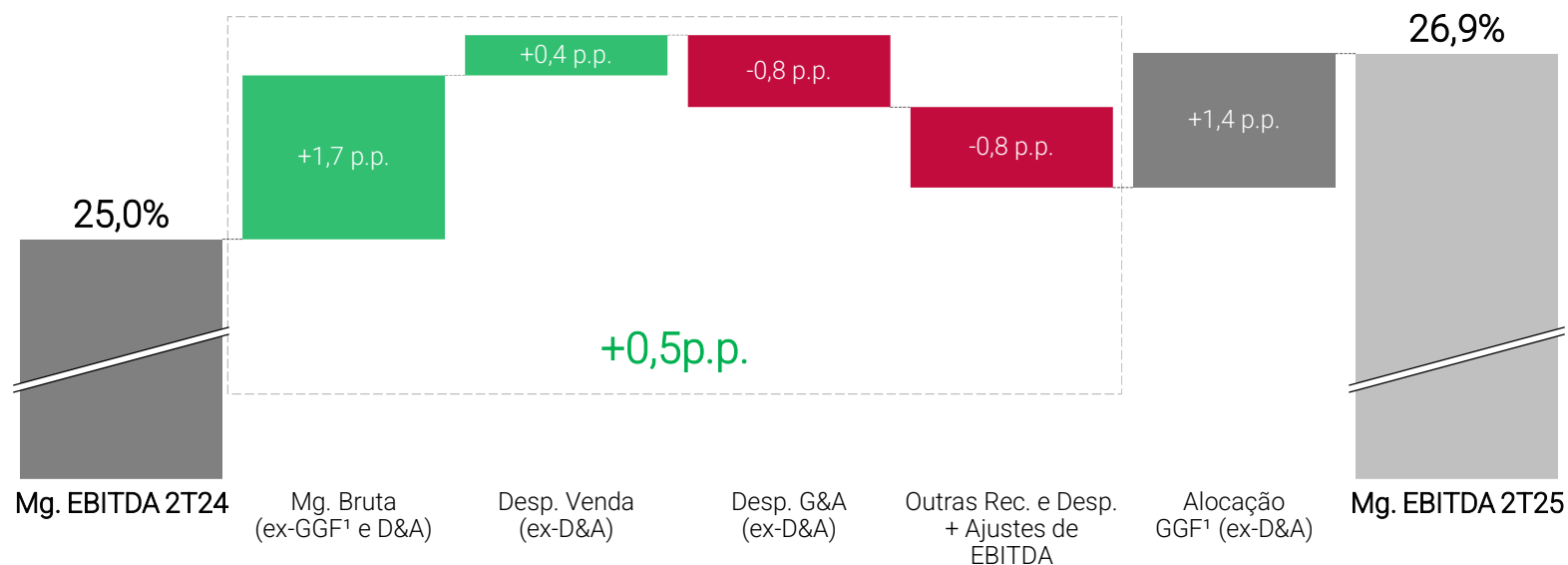
2T25 vs. 2T24



- Forte expansão na linha de CMV: ganhos de margem de contribuição em todas as categorias
 - (i) destaque para Life ganhando share sobre vendas
 - (ii) reprecificação de *Moments*
 - (iii) subcategorias Vivara (Duo, Lab Diamond e Prata Vivara) acelerando
 - (iv) melhor negociação com fornecedores de Relógios
- Linha de pessoal (ex-GGF¹) pressionou em **0,7 p.p** devido ao incremento de headcount fabril (+60% YoY)

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).

EVOLUÇÃO MARGEM EBITDA AJUSTADA 2T25 vs. 2T24

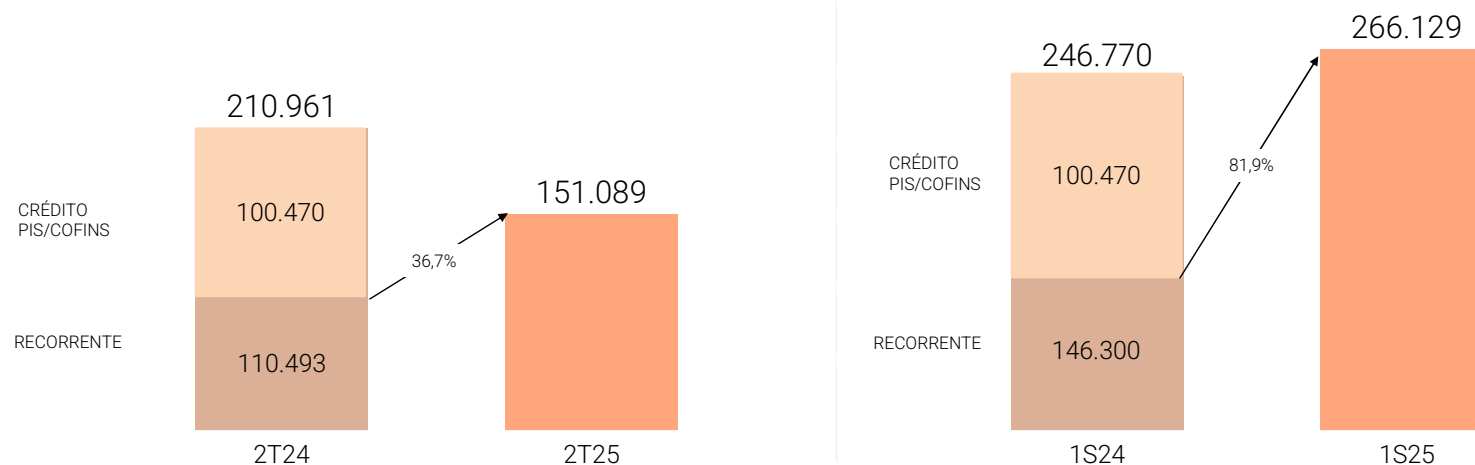


EBITDA ajustado de R\$ 204,6 milhões | EBITDA ajustado (ex-GGF¹) de R\$ 194,4 milhões

- Alavancagem operacional das despesas de venda (+0,8 p.p. YoY)
 - Pessoal** (+1,8p.p. YoY): (a) reorganização da estrutura comercial; (b) readequação dos regimes de comissionamento dos times de vendas, ambos implementados em Jun/24;
- Serviços Profissionais Contratados (G&A)**: impactada pela dinâmica de despesas de TI anteriormente classificadas como CAPEX (que passaram a afetar OPEX a partir do 4T24).

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).

LUCRO LÍQUIDO



Lucro Líquido de R\$ 151,1 milhões no 2T25

- Alocação GGF¹ somou R\$ 12,6 milhões no 2T25.
- Adequação da alíquota para cálculo do IR Diferido², teve efeito de R\$ 12,2 milhões no 2T25
- Lucro Líquido do 2T24 foi positivamente impactado pelo reconhecimento de créditos extemporâneos de PIS/COFINS no montante total de R\$ 100,5 milhões
- Expurgando os efeitos acima, o Lucro Líquido cresceu 14,3% no 2T25 vs o saldo recorrente do 2T24

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).

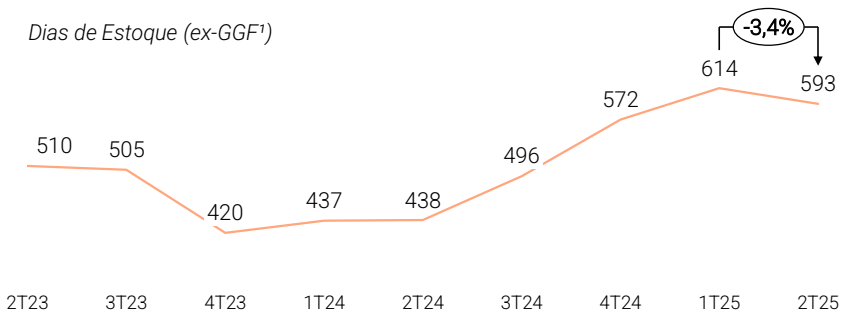
2. Mudança na contabilização do Imposto de Renda Diferido: No exercício de 2024, a Companhia revisou os cálculos do imposto de renda diferido sobre os lucros não realizados nos estoques das operações entre suas controladas, passando a utilizar a taxa nominal do Imposto de Renda Pessoa Jurídica (IRPJ) e da Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (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. No entanto, com base na revisão realizada à luz do CPC 32 – Tributos sobre o Lucro, concluiu-se que a adoção da taxa nominal garantiria uma melhor apresentação da consolidação contábil do Grupo, alinhada às práticas contábeis aplicáveis.

DINÂMICA DE ESTOQUE

HIGHLIGHTS 2T25

- ✓ Redução de estoque vs. 1T25 em R\$ 7,4 milhões (0,5%)
- ✓ Redução da linha de matérias-primas em 8,8% (vs. 1T25)
- ✓ Redução de dias estoques (ex-GGF¹) em 21 dias (vs. 1T25)

Posição Patrimonial	2T25	1T25	Var. (%)
Estoque total	1.496.595	1.504.039	-0,5%
Produtos acabados	1.098.561	1.040.649	5,6%
Matérias-primas	337.653	370.289	-8,8%
Material de consumo e embalagens	60.207	59.247	1,6%
Estoques em trânsito e adiant. de importações	174	33.854	-99,5%



INICIATIVAS PARA OTIMIZAÇÃO DO ESTOQUE

Redução do volume de compra de ouro no 2S25

EM LINHA COM O PLANO



Redistribuição de produtos entre lojas

EM LINHA COM O PLANO



Derretimento de produtos de giro lento

EM LINHA COM O PLANO



Companhia estabeleceu metas estratégicas ligadas à otimização de estoque que irão refletir no PLR de colaboradores

1. Considerado Custo LTM (ex-GGF) e Estoque (ex-GGF). 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).

OUTROS DESTAQUES FINANCEIROS 2T25

CAPEX

R\$ 16,7 milhões

-56,3% vs 2T24

Devido a reclassificação de despesas de TI para OPEX (a partir do 4T24), menor número de aberturas e maior eficiência nas negociações com fornecedores

CAIXA

OPERACIONAL

Geração de R\$ 169,1 milhões

Reversão do consumo de capital de giro

ENDIVIDAMENTO BRUTO

R\$ 476,3 milhões (sendo R\$ 153,6 milhões risco sacado)

+R\$ 77,8 milhões vs. 2024 | +19,5% vs. 2024

Dívida Líquida /EBITDA ajustado em 0,4x

Dívida Líquida (ex risco sacado) /EBITDA ajustado em 0,2x



PERSPECTIVAS

■ VENDAS

Iniciamos o 2S25 confiantes no *roadmap* de lançamentos, no portfólio de produtos e na assertiva alocação de sortimento em todos os canais (lojas, site e app)

■ MARGEM BRUTA

Foco na gestão de preços, otimização de custos e evolução do mix, (subcategorias de maior margem: Duo, Lab Diamond e Prata Vivara), além do aumento da participação de produtos nacionais da linha Life

■ GESTÃO DE GASTOS

Disciplina mantida em despesas operacionais e CAPEX, com gestão rigorosa de fornecedores e quadro de colaboradores

■ GERAÇÃO DE CAIXA

Iniciativas estruturantes (renegociação com fornecedores e otimização de estoques) para fortalecer a conversão de EBITDA em caixa no 2S25

■ EXPANSÃO

Pipeline de aberturas 100% contratado ou em negociação em linha com *guidance* de 40–50 lojas em 2025. Ao revisitar as inaugurações realizadas, confirmou-se um potencial ainda maior para novas aberturas do que previamente projetado no canal Life

■ CD ESPÍRITO SANTO

Operar o novo centro de distribuição em pleno potencial, garantindo os ganhos em eficiência logística, redução de custos e benefícios fiscais



VIVARA

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