



VIVARA

1T25 • VIDEOCONFERÊNCIA DE

RESULTADOS

PRINCIPAIS MENSAGENS

CRESCIMENTO CONSISTENTE

- Trimestre com 14,9% de crescimento da receita bruta (líq. de devoluções), impulsionado por vendas mesmas lojas (SSS) de 10,1% e melhor desempenho do canal digital no período.
- Receita líquida registrou 20,8%, impulsionada pelo aumento da produção/internalização e consequente maior saldo de crédito de ICMS.

FORTE EXPANSÃO DE RENTABILIDADE

- EBITDA Ajustado de R\$ 101,1 milhões (+54,4% YoY) com margem de 18,8% | expansão de 4,1p.p. YoY,
 - Fruto do diligente e contínuo trabalho na gestão de despesas.
 - SG&A (ex-D&A) entregou eficiência de +6,3p.p. YoY sobre a ROL e +3,0p.p. sobre a ROB
- Lucro Líquido de R\$ 115,0 milhões (+221,3% YoY) com margem de 21,4% | expansão de 13,4p.p. YoY

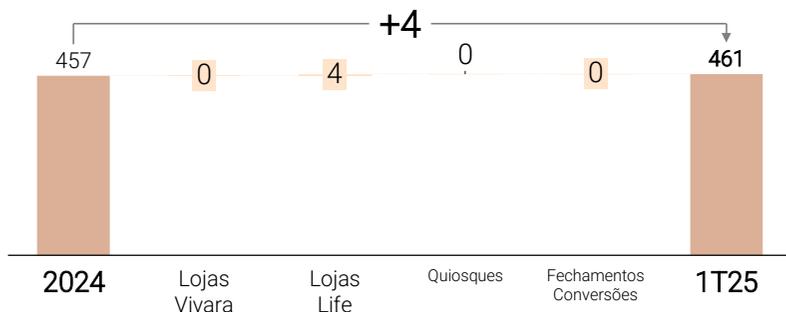
EVOLUÇÃO FABRIL

Companhia atingiu a produção diária de 23 mil peças Life/dia (+110% vs 1T24), patamar que permite a evolução da internalização de produção da categoria, diminuição de ruptura e acompanhamento do plano de expansão.

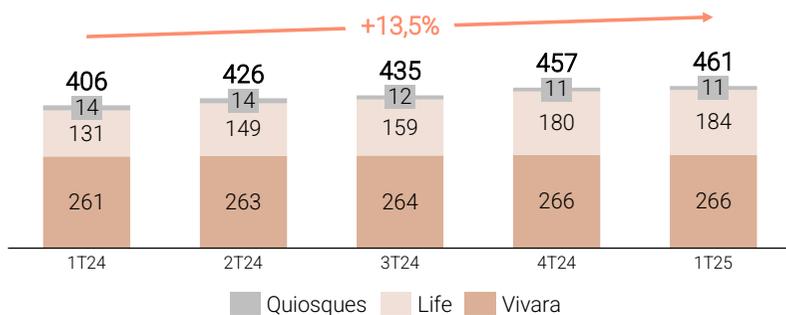


EXPANSÃO 1T25

EVOLUÇÃO DOS
PONTOS DE VENDA
Trimestre



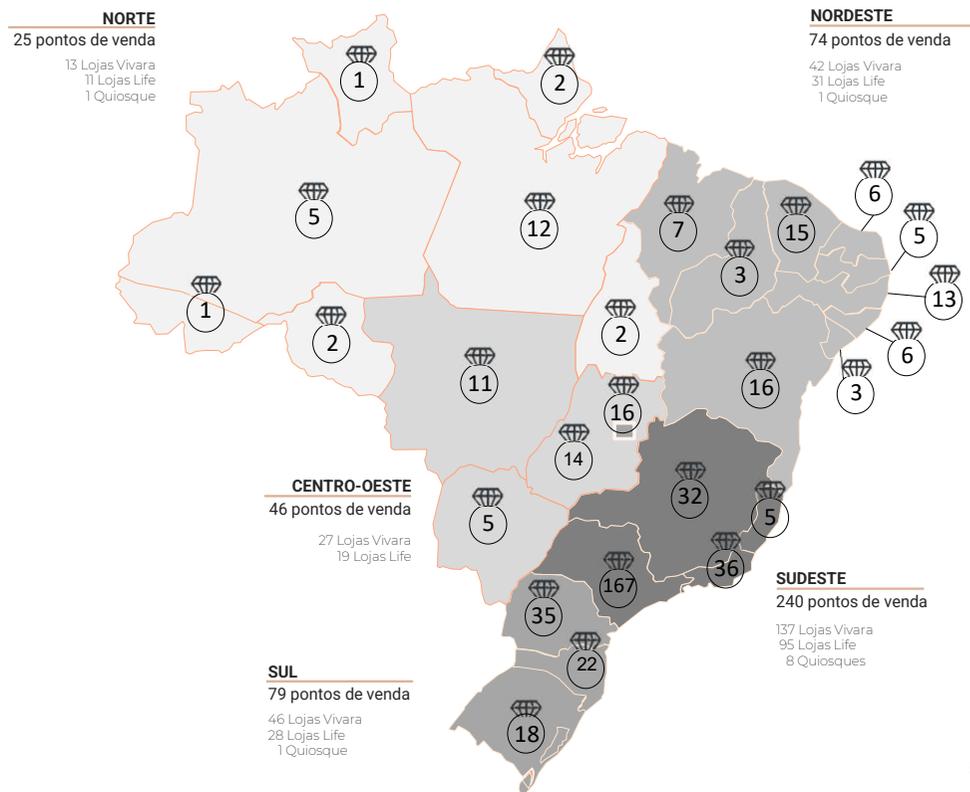
EVOLUÇÃO DOS
PONTOS DE VENDA
Últimos 12 meses



INTERNACIONAL: 1 loja (Panamá) | Projeto Piloto

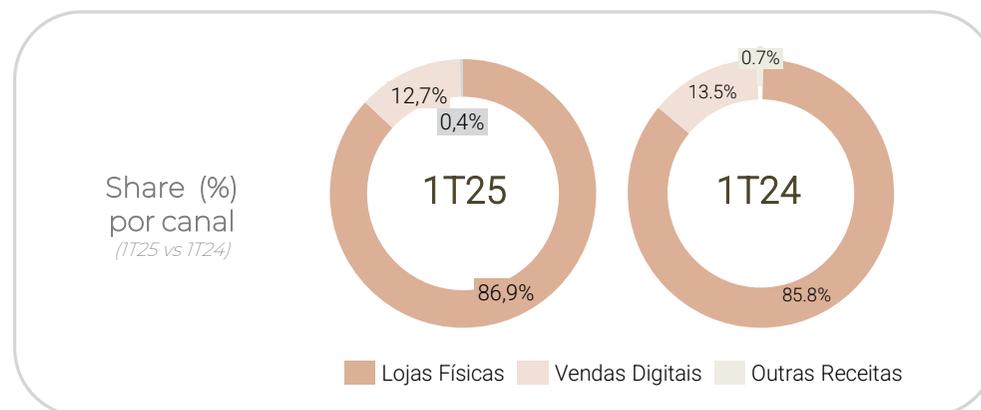


BRASIL: 460 pontos de venda | Presença em 100% dos estados brasileiros



RECEITA

Receita por canal (R\$ mil)	1T25	1T24	Δ% 25vs24
Receita Bruta (Líqu. de devoluções)	660.492	574.859	14,9%
Lojas Físicas	573.803	493.074	16,4%
Lojas Vivara	435.365	385.214	13,0%
Lojas Life	135.149	103.104	31,1%
Quiosques	3.289	4.756	-30,8%
Vendas Digitais	84.240	77.571	8,6%
Outros	2.449	4.215	-41,9%
Deduções da Receita Bruta	(123.411)	(130.268)	-5,3%
Receita Líquida	537.081	444.590	20,8%
SSS (lojas físicas)	10,1%	9,6%	na



LOJAS LIFE

R\$ 135,1 MM

Receita Bruta (líq. de dev)
+31,1% vs 1T24

6,3%

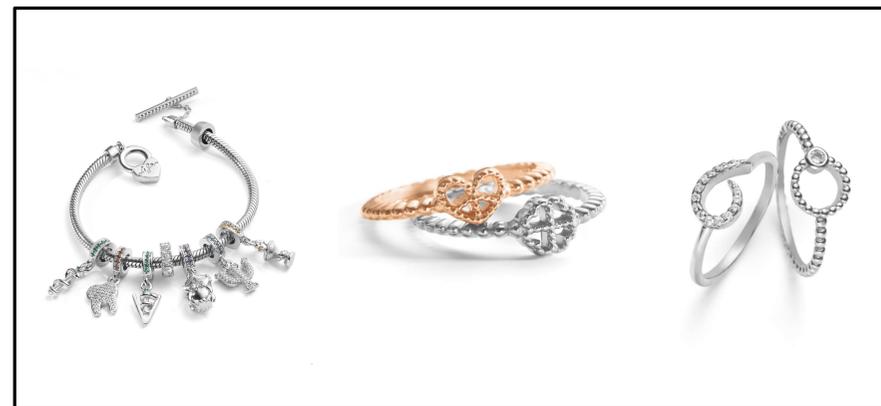
Same Store Sales

57,9%

representatividade das
lojas Life nas vendas da
categoria Life
+7,9 p.p. vs 1T24

77 lojas maduras

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



LOJAS VIVARA

R\$ 435,4 MM

Receita Bruta (líq. de dev)
+13,0% vs 1T24

11,3%

Same Store Sales

+14,2%

crescimento da
categoria de Joias
vs 1T24

266

lojas



DIGITAL

R\$ 84,2 MM

Receita Bruta (líq. de dev)

8,6%

De crescimento do canal
vs 1T24
(acima do 3,5% registrado no 4T24)

12,8%

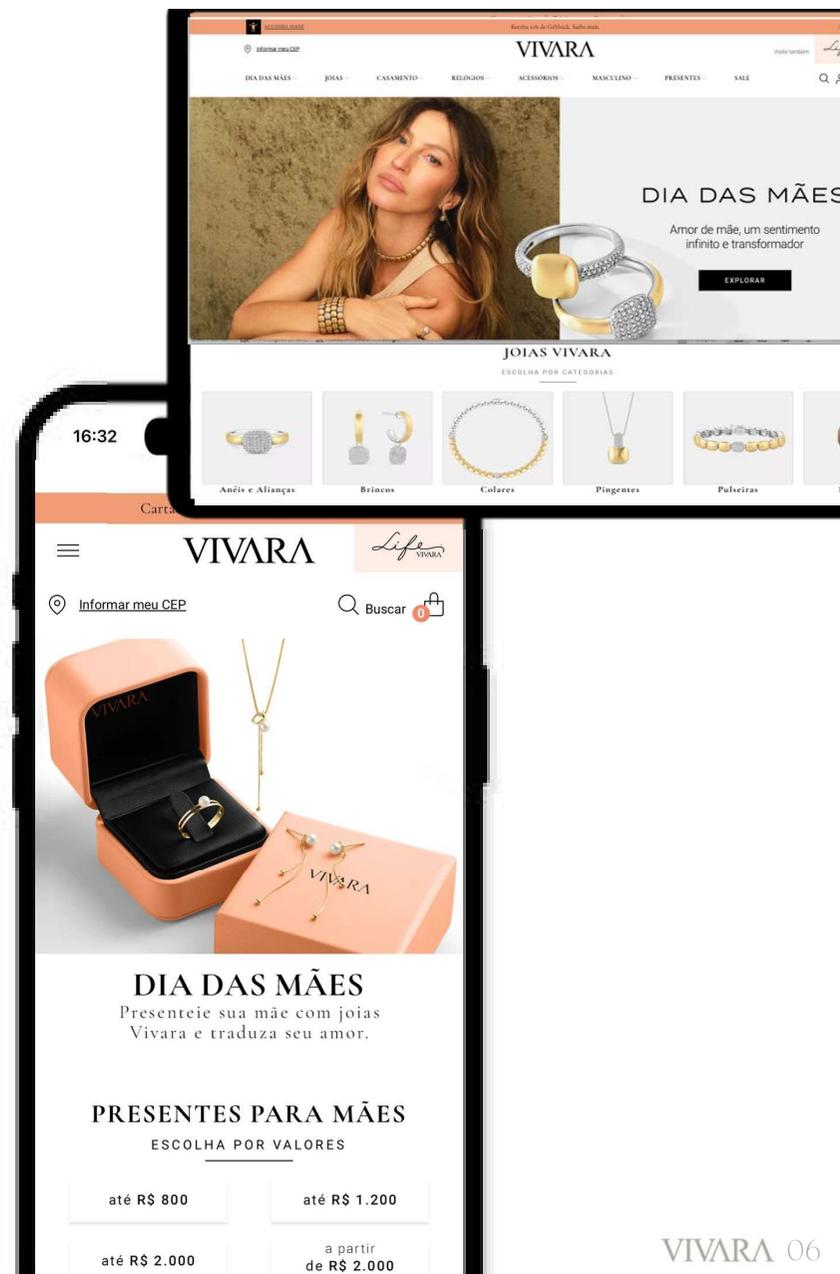
Participação nas vendas
totais

40,2%

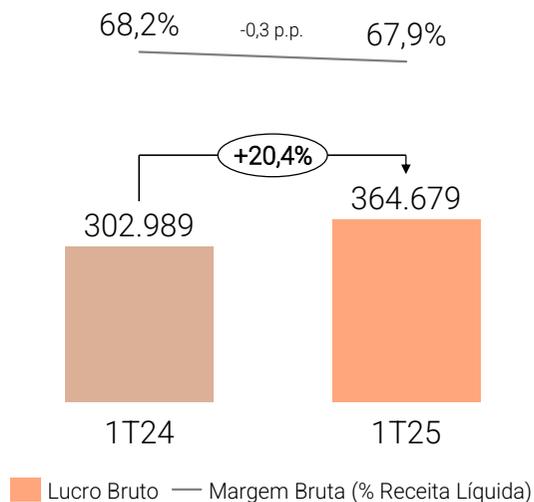
Participação da categoria
Life no mix de vendas

+24,5%

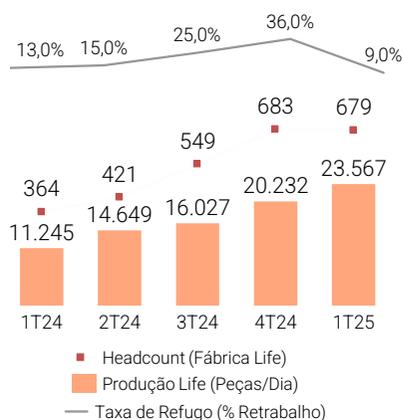
Crescimento das vendas
OMS



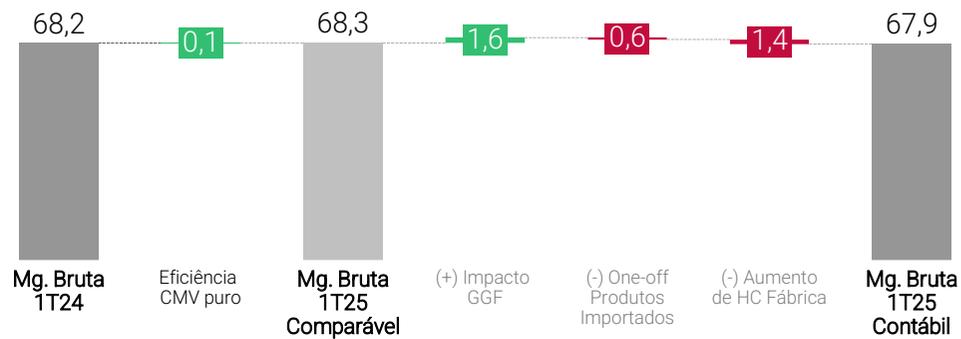
LUCRO BRUTO & MARGEM BRUTA



KPIs Fábrica Life



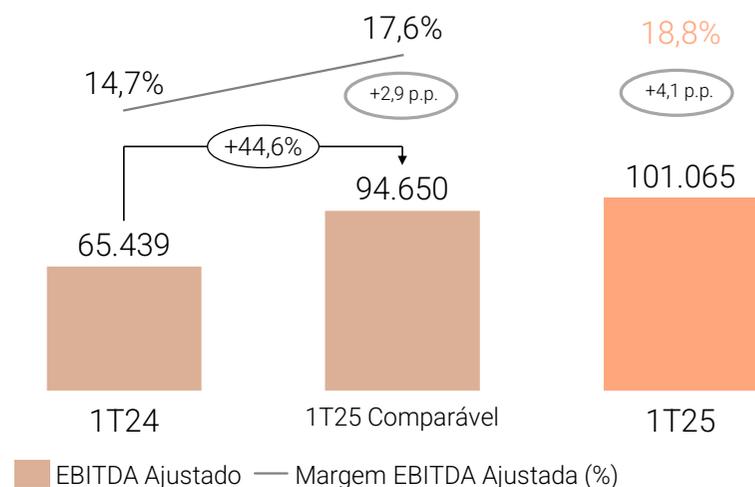
Bridge Mg. Bruta



Margem Bruta de **67,9%** | -0,3 p.p. vs 1T24

- Em metodologias comparáveis e ex one-off, a linha de CMV gerou **+0,1 p.p.** fruto da assertividade na precificação, registrando uma margem comparável de 68,3%;
- GGF totalizou R\$ 8,8 milhões no 1T25, impactando a margem Bruta em **1,6 p.p. (YoY)**
- Expurgando o efeito GGF, a linha pessoal (comparável) registrou uma pressão de **-1,4 p.p. (YoY)**
- One-off na linha de CVM devido produtos importados gerou uma pressão de **-0,6 p.p. (YoY)** na rubrica (expurgando esse efeito, CMV gerou expansão de 0,1 p.p., conforme item citado acima)

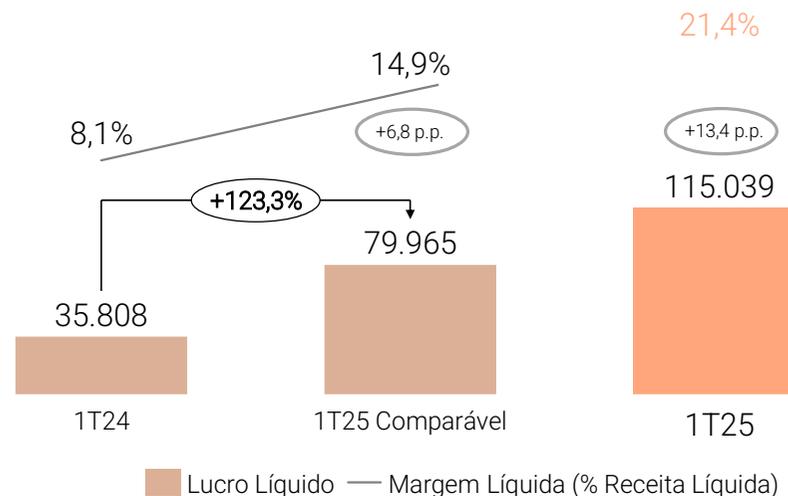
EBITDA AJUSTADO & MARGEM EBITDA AJUSTADA



Margem EBITDA ajustado de 18,8% | +4,1 p.p. vs 1T24

- Forte expansão de rentabilidade operacional:
 - Despesas de Vendas:** Linha de Pessoal (+1,6p.p. YoY) e Marketing (+1,6p.p. YoY) foram as principais fontes de eficiência
 - G&A:** Linha de pessoal gerou +1,0 p.p. YoY graças a redimensionamento corporativo realizado em 2024

LUCRO LÍQUIDO & MARGEM LÍQUIDA



Margem Líquida de 21,4% | +13,4 p.p. vs 1T24

- Continua expansão de margem operacional
- Maior volume do imposto diferido dada produção maior vs 1T24.

OUTROS DESTAQUES FINANCEIROS 1T25

CAPEX

R\$ 19,7 milhões

-44,3% vs 1T24

Reflexo da maior eficiência na alocação do capital

CAIXA

OPERACIONAL

Consumo de R\$ 173,6 milhões

- (i) Estoque: maior volume de produtos importados e volume produtivo impactado pelo aumento de preço das commodities
- (ii) Fornecedores: pagamento das compras de matéria prima do 2H24, menor volume de compras de matéria-prima no 1T25 e com aumento de prazo das operações de risco sacado, sendo classificados na linha de Empréstimos (impacto de R\$ 87,4 milhões no período)

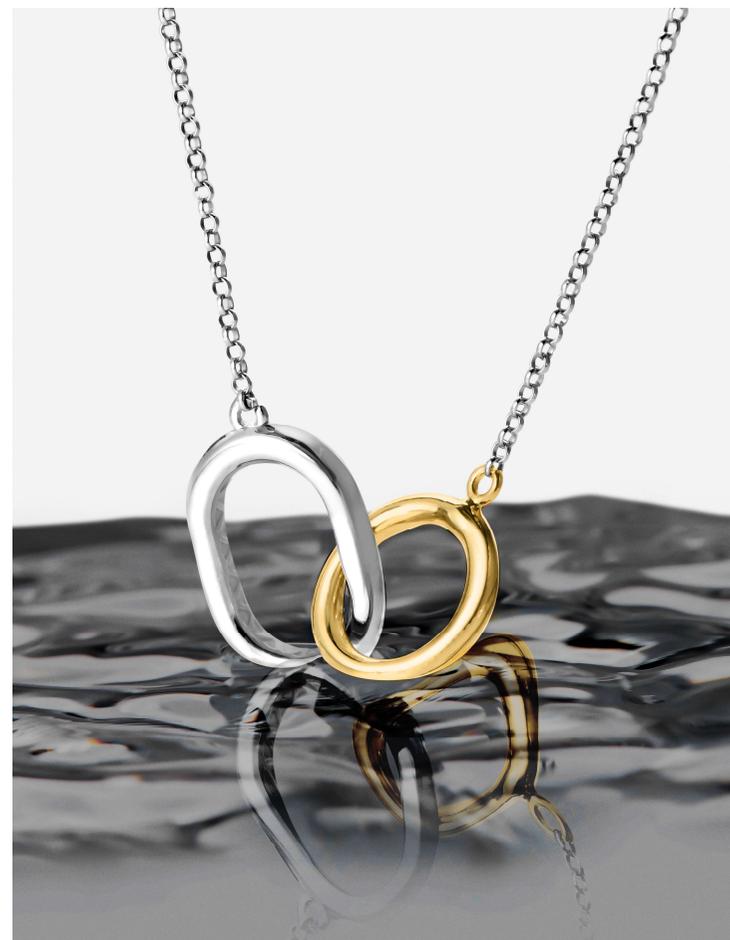
ENDIVIDAMENTO BRUTO

R\$ 469,5 milhões (sendo R\$ 135,6 milhões sendo risco sacado)

+R\$ 70,9 milhões vs. 2024 | +17,8% vs. 2024

Dívida Líquida /EBITDA ajustado em 0,4x

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



PERSPECTIVAS

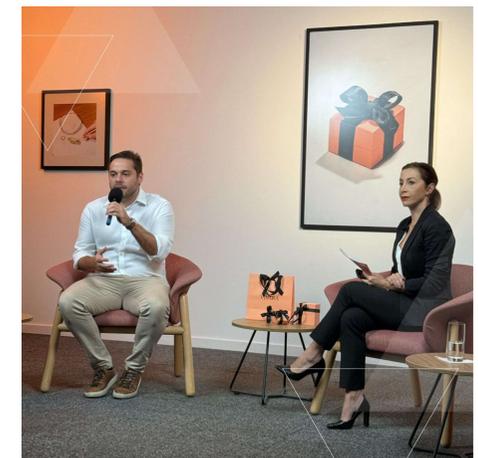
SAZONALIDADE 2T25

- A Companhia inicia o 2T25 com foco na sazonalidade do Dia das Mães e, posteriormente, Dia dos Namorados. Times engajados e bem treinados, bem como assertiva alocação de estoque são essenciais para levarmos o presente perfeito para cada um de nossos clientes.
- No último dia 30/04, a Companhia realizou a Live Especial Dia das Mães, que conectou todo o time de vendas, reforçando as melhores práticas, bem como a fortaleza das nossas pessoas, produtos e coleções.

2025

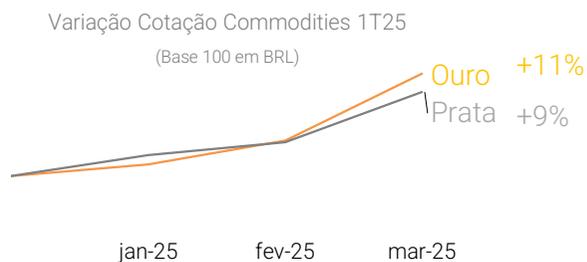
A Companhia reitera as boas perspectivas para o ano reforçando a trajetória de crescimento sólido (tanto no canal físico como digital), bem como a rentabilização da operação, dando continuidade aos pilares de atuação de 2025

- (i) contínuo **aumento do nível de serviço**, com aumento da satisfação em todas as áreas de contato com o cliente;
- (ii) evolução das **alavancas operacionais** (gestão de despesas, aumento de produtividade fabril/verticalização da produção e evolução do plano de otimização tributária). Com a revisão de processos na fábrica Life feita ao final de janeiro/25 melhoramos a produtividade (ultrapassando a marca de 23 mil peças Life/dia), reforçando a jornada de internalização da produção da categoria, bem como contribuindo para um melhor abastecimento das lojas Life
- (iii) **inovação** do portfolio de produtos:
 - ❑ **Portfólio de luxo acessível**: em momentos de alta do preço de commodities, a Companhia sempre busca conciliar a diversificação do portfólio com produtos que ofereçam maior opcionalidade de preços aos seus clientes. Com isso tem aumentado a relevância das coleções Duo (prata-ouro), Prata Vivara (atenuante do efeito de canibalização Life em lojas Vivara), bem como peças com diamante de laboratório. Tais produtos estão aumentando a participação no mix de vendas de forma relevante;
 - ❑ **Renovação do portfolio atual**: novas coleções de Moments a partir de Abril/25, além do cronograma de lançamentos de Vivara e coleções Life ao longo do ano
- (iv) **expansão do parque de lojas**: expectativa de aberturas segue em linha com o guidance do ano (entre 40 e 50 lojas), mantendo qualidade e assertividade na escolha dos pontos e diligente análise do custo benefício de cada abertura.
- (v) **gestão de estoques** com foco na otimização dos dias de estoque até o encerramento do exercício de 2025;



DINÂMICA DE ESTOQUE

Ao se analisar a movimentação da rubrica de estoque, em reais, percebe-se um aumento de 13% entre Dez/24 vs Mar/25. Tal aumento é decorrente de dois componentes distintos: (i) o volume de produção e importação no período (de itens de alto giro para sazonalidade) e (ii) o aumento do preço das commodities (fator este, externo a Companhia).



	Mar/25	Dez/24	Var. (%)
Estoque Total	1.504.039	1.332.578	13%
Produtos acabados	1.040.649	866.841	20%
Matéria Prima	370.289	353.107	5%
Embalagens	59.247	48.252	23%
Estoque em trânsito	33.854	64.378	-47%

INICIATIVAS PARA OTIMIZAÇÃO DO ESTOQUE

A Companhia tem avançado no roadmap de iniciativas para otimização dos saldos de estoque, especialmente do saldos de Joias (que representam mais de 70% dos Produtos Acabados, em reais). Dentre as principais iniciativas, se destacam:

- **Redução do volume de compras de matéria prima:** A partir do 1T25 a Companhia tem reduzido o volume de compras de matéria prima (especialmente ouro). Isso já pode ser observado dada a redução dos saldos a pagar referente as compras de matéria-prima (via operações de risco sacado), que em Dez/24 totalizavam R\$ 262,3 milhões e ao final de Mar/25 totalizam R\$ 146,9 milhões (redução de R\$ 115,5 milhões no trimestre).
- **Redistribuição de produtos entre lojas:** Mapeamento de produtos de giro lento cuja velocidade de vendas é superior em outras praças/lojas. Recolhimento dos produtos para o centro de distribuição e posterior envio para praças nas quais o giro de vendas é historicamente superior.
- **Derretimento de produtos de giro lento:** Mapeamento de produtos de baixo giro para derretimento e aproveitamento do metal para fabricação de produtos de melhor giro.

PERSPECTIVA

Ao longo dos próximos trimestres, a execução das iniciativas listadas tem como objetivo a otimização dos saldos de estoque (dias de estoque) ao final do exercício de 2025.

VIVARA

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

ANEXO | INDICADORES FINANCEIROS

Principais Indicadores Financeiros (R\$ mil)	1T25	1T24	Δ% 25vs24
Receita Bruta (liq. de devoluções)	660,492	574,858	14.9%
Receita Líquida	537,081	444,590	20.8%
SSS (lojas físicas)	10.1%	9.6%	na
Lucro bruto	364,679	302,989	20.4%
<i>Margem Bruta (%)</i>	<i>67.9%</i>	<i>68.2%</i>	<i>(0.2 p.p.)</i>
EBITDA Ajustado	101,065	65,440	54.4%
<i>Margem Ebitda Ajustada (%)</i>	<i>18.8%</i>	<i>14.7%</i>	<i>4.1 p.p.</i>
EBITDA Ajustado (bases comparáveis)	94,650	65,440	44.6%
<i>Margem Ebitda Ajustada (bases comparáveis) (%)</i>	<i>17.6%</i>	<i>14.7%</i>	<i>2.9 p.p.</i>
Lucro Líquido	115,039	35,809	221.3%
<i>Margem Líquida (%)</i>	<i>21.4%</i>	<i>8.1%</i>	<i>13.4 p.p.</i>
Lucro Líquido Ajustado	79,965	35,809	123.3%
<i>Margem Líquida Ajustada (%)</i>	<i>14.9%</i>	<i>8.1%</i>	<i>6.8 p.p.</i>
Geração de Caixa Operacional¹	(173,637)	145,563	-219.3%

1. Após IR, juros e arrendamentos.

ANEXO | Conciliação Saldos Comparáveis

Reconciliação do EBITDA Ajustado (Comparável) (R\$ mil)	1T25	1T24	Δ% 25vs24
EBITDA Ajustado	101.065	65.439	54,4%
Ajuste GGF (ex-D&A)	(6.415)	-	n.a.
EBITDA Ajustado (Comparável)	94.650	65.439	44,6%
<i>Margem EBITDA Ajustada (Comparável) (%)</i>	<i>17,6%</i>	<i>14,7%</i>	<i>2,9 p.p.</i>

Reconciliação do Lucro Líquido (Comparável) (R\$ mil)	1T25	1T24	Δ% 25vs24
Lucro Líquido	115.039	35.808	221,3%
Custos Gerais de Fabricação GGF ¹	(8.835)	-	-
Impacto mudança de contabilização IR Diferido ²	(26.239)		
Lucro Líquido (Comparável)	79.965	35.808	123,3%
<i>Margem Líquida (Comparável) (% Receita Líquida)</i>	<i>14,9%</i>	<i>8,1%</i>	<i>6,8 p.p.</i>

1. **Revisão Metodologia de Custeio Contábil: 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). Essa mudança impacta positivamente o custo contábil, 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.