

# VIVARA

2T24 • DIVULGAÇÃO DE

## RESULTADOS

COMENTÁRIOS  
DE DESEMPENHO

para assistir,  
[clique aqui](#)

SESSÃO DE Q&A

sexta-feira, 09/agosto  
10h (BRT) 09h (US ET)

[clique aqui](#)



A **VIVARA Participações S.A.** (B3: VIVA3), a maior rede de joalherias da América Latina, divulga os resultados do segundo trimestre de 2024.

No 2T24, a Vivara atingiu faturamento de R\$ 836,6 milhões, um crescimento de 19,2% contra o mesmo período do ano passado, com aumento de 18,0% na categoria Joias e 20,6% na categoria Life. O sólido desempenho de vendas, foi reflexo de uma política assertiva de aprimoramento na alocação de estoque nas lojas durante a sazonalidade do trimestre, garantindo uma performance robusta na métrica de vendas mesmas lojas (SSS) tanto para as Lojas Life (16,7% vs. 2T23) como para as Lojas Vivara (12,6% vs. 2T23).

O período registrou nível saudável de Margem Bruta, que atingiu 68,8% no 2T24. A pressão remanescente de 0,8 p.p. em comparação ao mesmo período do ano passado é decorrente da menor representatividade do crédito presumido. Em complemento, este trimestre também foi marcado pela inversão de tendência nas linhas de SG&A, que após trimestres consecutivos de pressão, contribuiu para um incremento de 1,4 p.p. na margem EBITDA Ajustado, que atingiu 25,0% no período.

Em continuidade ao plano de expansão, foram inauguradas 20 novas lojas no período entre abril e junho (6 a mais do que as 14 inaugurações do 2T23), sendo 2 lojas Vivara e 18 lojas Life.

A Companhia atingiu a marca de R\$ 73,3 milhões de geração de caixa livre (pós CAPEX), um aumento de R\$ 98,6 milhões, comparado a um consumo de R\$ 25,3 milhões no 2T23.

## DESTAQUES DO 2T24

- +20 novas lojas no 2T24 (2 Vivara e 18 Life) , totalizando 426 pontos de venda no encerramento do 2T24
- R\$ 836,6 milhões de Receita Bruta (líq. de devolução) | + 19,2% vs 2T23
- As Vendas Mesmas Lojas (SSS) registraram crescimento de 11,6% vs 2T23
- R\$ 294,7 milhões de Receita da categoria Life | +20,6% vs 2T23
- 2,1 milhões de clientes ativos, +16,9% vs junho de 2023
- Lucro Bruto de R\$ 451,8 milhões (+15,8% vs 2T23), atingindo Margem Bruta de 68,8%
- EBITDA ajustado de R\$ 164,1 milhões com margem de 25,0% (+1,4p.p. vs 2T23)
- R\$ 73,3 milhões de geração de caixa livre | versus consumo de R\$ 25,3 milhões no 2T23

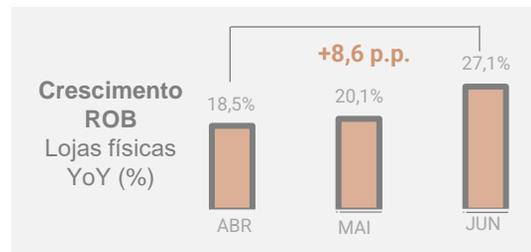


*Life*  
VIVARA



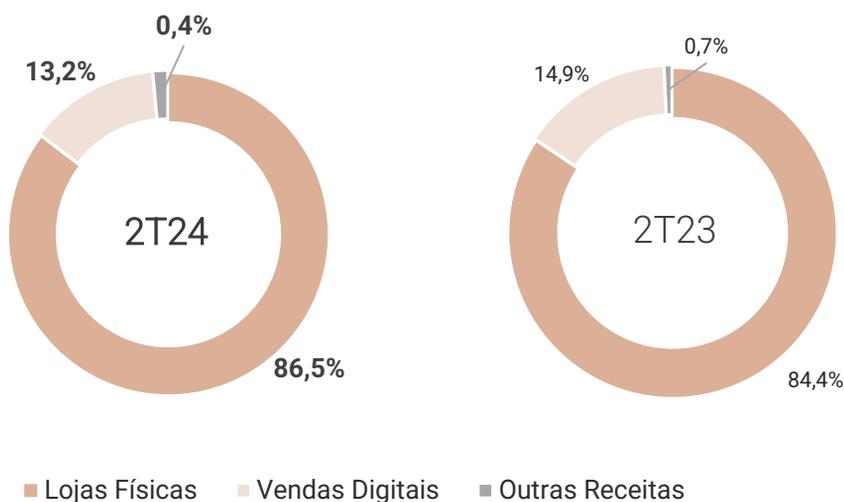
A Receita Bruta, líquida de devoluções, do 2T24 atingiu R\$ 836,6 milhões, crescimento de 19,2% na comparação com o 2T23. O desempenho é explicado (i) pelo aumento de 19,9% de área de vendas nos últimos 12 meses, com a adição de 69 novos pontos de venda e (ii) pelo crescimento de 11,6% nas vendas mesmas lojas (SSS), incluindo as vendas digitais.

O canal Lojas físicas apresentou crescimento de 22,2% no 2T24 versus 2T23, reflexo do aprimoramento na alocação de estoque nas lojas durante a sazonalidade (a partir de maio) que permitiu um aumento de 8,6 p.p. na taxa de crescimento de junho 24 vs junho 23, quando comparado ao crescimento de abril 24 vs abril 23.



A Receita Líquida foi de R\$ 656,3 milhões no trimestre, com expansão de 17,2% em relação ao 2T23. Neste trimestre, o crescimento de vendas foi impulsionado pelo volume de peças vendidas, que cresceu 10,8% quando comparado ao 2T23. O crescimento de 7,5% no preço médio da Companhia reflete a assertividade da estratégia de produto e a adequada política de precificação.

Receita por canal (R\$ mil)	2T24	2T23	Δ% 24vs23	1S24	1S23	Δ% 24vs23
Receita Bruta (Líqu. de devoluções)	836.594	702.095	19,2%	1.411.453	1.189.594	18,6%
Lojas Físicas	723.547	592.335	22,2%	1.216.622	1.006.070	20,9%
Lojas Vivara	555.060	482.430	15,1%	940.273	824.682	14,0%
Lojas Life	161.779	99.938	61,9%	264.885	164.589	60,9%
Quiosques	6.708	9.966	-32,7%	11.464	16.800	-31,8%
Vendas Digitais	110.069	104.590	5,2%	187.638	175.066	7,2%
Outros	2.978	5.169	-42,4%	7.193	8.458	-15,0%
Deduções	(180.272)	(142.185)	26,8%	(310.541)	(238.057)	30,4%
Receita Líquida	656.322	559.909	17,2%	1.100.913	951.537	15,7%
SSS (lojas físicas)	12,9%	4,9%	na	11,8%	6,3%	na
SSS (lojas físicas + digital)	11,6%	10,6%	na	10,8%	11,5%	na



Neste trimestre é importante ressaltar a dinâmica da linha de Deduções de Receita. No período, houve a normalização de dois efeitos que dificultavam a comparabilidade da rubrica nos últimos trimestres. (i) A partir deste 2T24 é retomada a comparabilidade referente a reclassificação, realizada no 2T23, de dois tributos (UEA e ICMS DIFAL) que estavam registrados na conta de "Impostos e Taxas", nas Despesas com Vendas até o 1T23, e começaram a compor a linha de Deduções de Receita no 2T23 em diante. (ii) Além deste, no 2T24 a Companhia obteve respaldo jurídico para deixar de reconhecer a tributação sobre o benefício de subvenção de investimentos - efeitos da Lei 14.789/23 (antiga MP 1.185), que prevê a tributação de PIS e COFINS sobre receita de subvenção. Deste modo, do 2T24 em diante, a Companhia deixa de tributar os efeitos da nova lei, em linha com o parecer jurídico obtido.

A linha de dedução apresentou um aumento de 26,8% (no comparativo com 2T23), refletindo um aumento 1,3 p.p. na representatividade desta linha sobre a Receita Bruta Líquida de Devoluções. O aumento da rubrica é decorrente de dois efeitos principais: (i) o menor volume de crédito presumido, registrado como um redutor da despesa de ICMS, que representou 7,4% da Receita Bruta no 2T24 (versus 9,6% no 2T23, atrelado a antecipação de produção realizada no período) e o (ii) menor volume de PIS e COFINS sobre a Receita Bruta (líq. de devolução), que apresentaram uma redução de 0,1p.p. e 0,4p.p., respectivamente, dado a reversão do pagamento de PIS e COFINS sobre receita de subvenção do 1T24 (no valor de R\$3,8 milhões)

No trimestre, a somatória dos efeitos gerou uma diferença de 2,0 p.p. no crescimento da Receita Bruta, com a Receita Líquida (uma redução versus os 4,4p.p. apresentados no comparativo do 1T24 vs 1T23).

Deduções da Receita	2T24	2T23	Δ% 24vs23	1S24	1S23	Δ% 24vs23
<b>Receita Bruta (Líqu. de devoluções)</b>	<b>836.594</b>	<b>702.095</b>	<b>19,2%</b>	<b>1.411.453</b>	<b>1.189.594</b>	<b>18,6%</b>
ICMS	(159.910)	(136.048)	17,5%	(268.926)	(229.200)	17,3%
% Receita Bruta (líq. de devoluções)	-19,1%	-19,4%	0,3 p.p.	-19,1%	-19,3%	0,2 p.p.
Receita de subvenção (ICMS)	61.774	67.060	-7,9%	102.929	108.841	-5,4%
% Receita Bruta (líq. de devoluções)	7,4%	9,6%	(2,2 p.p.)	7,3%	9,1%	(1,9 p.p.)
COFINS	(53.379)	(47.659)	12,0%	(95.240)	(81.340)	17,1%
% Receita Bruta (líq. de devoluções)	-6,4%	-6,8%	0,4 p.p.	-6,7%	-6,8%	0,1 p.p.
PIS	(11.602)	(10.347)	12,1%	(20.691)	(17.659)	17,2%
% Receita Bruta (líq. de devoluções)	-1,4%	-1,5%	0,1 p.p.	-1,5%	-1,5%	0,0 p.p.
F.T.I.	(5.332)	(4.589)	16,2%	(8.834)	(7.978)	10,7%
% Receita Bruta (líq. de devoluções)	-0,6%	-0,7%	0,0 p.p.	-0,6%	-0,7%	0,0 p.p.
ISS	(105)	(128)	-17,6%	(223)	(247)	-10,0%
% Receita Bruta (líq. de devoluções)	0,0%	0,0%	0,0 p.p.	0,0%	0,0%	0,0 p.p.
UEA	(5.259)	(4.714)	na	(8.701)	(4.714)	na
% Receita Bruta (líq. de devoluções)	-0,6%	-0,7%	0,0 p.p.	-0,6%	-0,4%	(0,2 p.p.)
ICMS DIFAL EC 87	(6.459)	(5.760)	na	(10.856)	(5.760)	na
% Receita Bruta (líq. de devoluções)	-0,8%	-0,8%	0,0 p.p.	-0,8%	-0,5%	(0,3 p.p.)
<b>Receita Líquida</b>	<b>656.322</b>	<b>559.909</b>	<b>17,2%</b>	<b>1.100.913</b>	<b>951.537</b>	<b>15,7%</b>



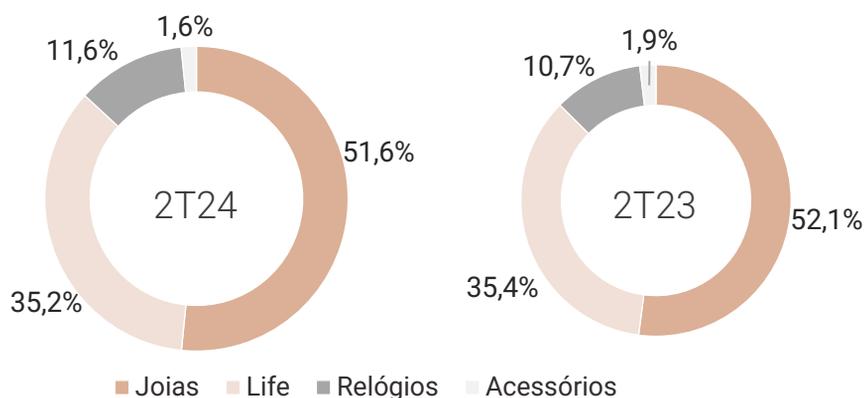
## Lojas Físicas

No 2T24, a Companhia atingiu R\$ 723,5 milhões de faturamento em lojas físicas, com expansão de 22,2% na comparação com o mesmo período do ano anterior. Na visão de Vendas Mesmas Lojas (SSS), o crescimento foi de 12,9%, impulsionado pela performance das lojas exclusivas da marca Life, com um SSS de 16,7%, e da significativa aceleração das lojas Vivara, que, apesar da maturidade do canal, atingiu um SSS de 12,6%, fruto de uma melhor alocação de estoque em lojas na sazonalidade do Dia das Mães e Dia dos Namorados.

	Abertura por negócio (R\$ mil)	2T24	2T23	Δ% 24vs23	1S24	1S23	Δ% 24vs23
<b>Vivara</b>	Número de lojas	263	252	11	263	252	11
	Aberturas líquidas	2	7	-5	6	9	-3
	Área de vendas (m²)	24.385	23.043	5,8%	24.385	23.043	5,8%
	Receita bruta (líq. dev.)	555.060	482.430	15,1%	940.273	824.682	14,0%
	Venda/m² (R\$)	22.762	20.936	8,7%	38.559	35.789	7,7%
<b>Life</b>	Número de lojas	149	84	65	149	84	65
	Aberturas líquidas	18	7	11	32	12	20
	Área de vendas (m²)	10.873	6.291	72,8%	10.873	6.291	72,8%
	Receita bruta (líq. dev.)	161.779	99.938	61,9%	264.885	164.589	60,9%
	Venda/m² (R\$)	14.879	15.885	-6,3%	24.362	26.161	-6,9%
<b>Quiosque</b>	Número de quiosques	14	21	-7	14	21	-7
	Aberturas líquidas	0	0	0	-2	0	-2
	Área de vendas (m²)	86	137	-37,2%	86	137	-37,2%
	Receita bruta (líq. dev.)	6.708	9.966	-32,7%	11.464	16.800	-31,8%
	Venda/m² (R\$)	78.000	72.747	7,2%	133.297	122.628	8,7%
<b>Total</b>	Número de pontos de vendas	426	357	69	426	357	69
	Aberturas líquidas	20	14	6	36	21	15
	Área de vendas (m²)	35.344	29.471	19,9%	35.344	29.471	19,9%
	Receita bruta (líq. dev.)	723.547	592.335	22,2%	1.216.622	1.006.070	20,9%
	Venda/m² (R\$)	20.472	20.099	1,9%	34.423	34.137	0,8%

### Venda por categoria – Lojas Físicas

A venda por categoria em Lojas Físicas no trimestre, foi marcada pelo forte desempenho da categoria Joias e Relógios. A marca Life manteve o patamar de participação nas vendas na faixa dos 35%, enquanto a categoria de Joias registrou retração de 0,5 p.p. A categoria Relógios apresentou um aumento de 0,9 p.p. no comparativo entre os períodos, fruto de uma distribuição adequada de sortimento desta categoria.



## Lojas VIVARA



Com 263 pontos de venda, as lojas Vivara apresentaram uma receita de R\$ 555,1 milhões no 2T24, representando um crescimento de 15,1% comparado ao 2T23, com um *Same Store Sales* (SSS) de 12,6% (versus 7,7% de SSS no 1T24). Apesar da maturidade, o canal apresenta aceleração significativa e continua entregando desempenho acima da inflação, impulsionado pela (i) maior assertividade do sortimento de produtos em loja, (ii) revisão da clusterização e mix de produtos – especialmente em regiões em que há menor presença dos principais concorrentes e (iii) a relevante contribuição da estratégia de marketing, focada em reforçar a conexão da marca com as grandes celebrações da vida dos clientes.

O nível de canibalização gerado pela adição de novas lojas exclusivas da marca Life segue em níveis saudáveis. A Companhia segue trabalhando continuamente para potencializar a venda e diminuir o efeito da canibalização, ajustando mix e exposição de produtos da marca Life dentro da loja Vivara. No 2T24, a venda de produtos Life dentro das lojas da Vivara em shoppings onde a Companhia tem as duas operações retraiu 5,1 p.p. na comparação com o 2T23. O faturamento de lojas Vivara em shoppings que possuem ambas as lojas, continua com sólido crescimento - 11,1% no 2T24 versus o 2T23 – e ao expurgar as vendas da categoria Life nestas lojas Vivara, o crescimento de faturamento é ainda maior, atingindo 18,2% no 2T24 versus o mesmo período do ano anterior.

## Lojas LIFE

Com o forte aumento da expansão de lojas exclusivas da marca Life nos últimos anos, a participação do canal Life na receita do canal físico cresceu significativamente, representando agora 22,4%, 5,5 p.p. maior que no 2T23. As 149 lojas Life atingiram uma receita de R\$ 161,8 milhões no 2T24, 61,9% de crescimento versus o mesmo período do ano anterior.

A expansão de receita é explicada pela (i) abertura de 65 novas lojas exclusivas da marca Life nos últimos 12 meses, com um crescimento de 72,8% da área de vendas, (ii) pela maturação das lojas abertas nos últimos anos (SSS +16,7%). O desempenho do canal para os próximos trimestres pode ser potencializado pela diversificação do portfólio disponível e aumento do sortimento em lojas.

No 2T24, as lojas Life foram responsáveis por 53,0% das vendas da categoria Life, 12,7 p.p. maior que a representatividade registrada no mesmo trimestre do ano anterior.

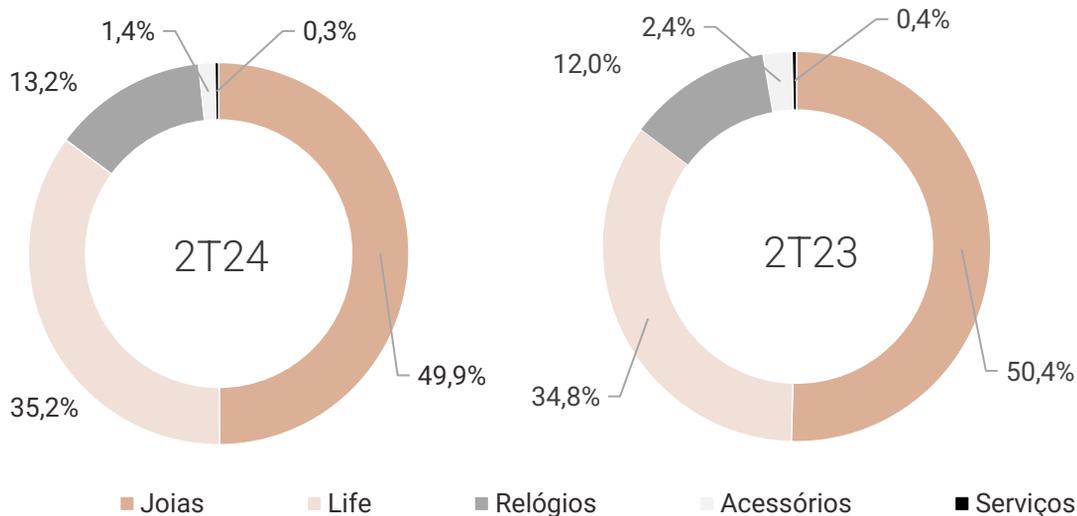
No encerramento do trimestre, a Companhia atingiu 39 lojas maduras Life, que registraram um crescimento de 14,6% no faturamento na comparação com o 2T23, com uma receita média de R\$ 6,1 milhões (LTM).



Com relação ao mix de vendas, a marca Life atingiu um faturamento de R\$ 294,7 milhões, crescendo 20,6% em relação ao 2T23, com expansão de 0,4 p.p. de participação na venda total. Esse desempenho da categoria é explicado, principalmente, pela adição de 65 novas lojas exclusivas da marca Life nos últimos 12 meses.

No 2T24, a categoria de Joias apresentou um robusto crescimento de 18,0% comparado ao segundo trimestre de 2023, fruto de assertiva alocação de estoque em lojas durante os períodos de sazonalidade no Dia das Mães e Dia dos Namorados. Também vale ressaltar o desempenho da categoria de Relógios, com crescimento de 30,9% no 2T24 versus o mesmo período do ano anterior.

Receita por Categoria (R\$ mil)	2T24	2T23	Δ% 24vs23	1S24	1S23	Δ% 24vs23
Receita Bruta (Líqu. de devoluções)	836.594	702.095	19,2%	1.411.453	1.189.594	18,6%
Joias	417.665	354.051	18,0%	705.858	606.594	16,4%
Life	294.740	244.484	20,6%	500.977	412.660	21,4%
Relógios	110.025	84.073	30,9%	176.451	137.330	28,5%
Acessórios	11.547	16.935	-31,8%	23.196	28.075	-17,4%
Serviços	2.619	2.550	2,7%	4.972	4.936	0,7%
Deduções da Receita	(180.272)	(142.185)	26,8%	(310.541)	(238.057)	30,4%
Receita Líquida	656.322	559.909	17,2%	1.100.913	951.537	15,7%



## Vendas DIGITAIS

As vendas digitais atingiram R\$ 110,1 milhões, 5,2% maiores que no 2T23, representando 13,2% de participação nas vendas totais, 1,7 p.p. abaixo à penetração registrada no mesmo trimestre do ano anterior. Esse resultado reflete principalmente a proteção da precificação no canal e redução da oferta de cupons com descontos, fortemente utilizados no programa Joias em Ação de 2023.

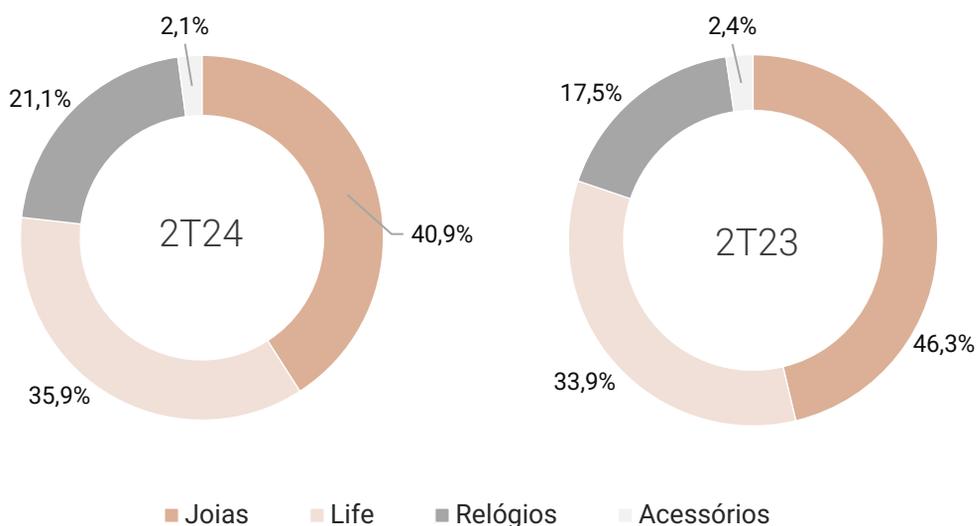
As vendas OMS, que são vendas realizadas pelo e-commerce e faturadas pelas lojas, representaram 25,1% das vendas digitais no último trimestre, um aumento de 1,8 p.p. na comparação com o 2T23. Isso reflete a consolidação dos investimentos da Companhia para habilitar as lojas como *hubs*, garantindo mais conveniência aos clientes e ampliando as oportunidades de *upsell* na integração das jornadas.

As vendas digitais orgânicas registraram um crescimento de 24,3% na comparação 2T24 vs. 2T23, comprovando a força da demanda por vendas online atrelada à adequada execução logística.

No 2T24, Relógios foi a categoria de maior destaque nas vendas digitais, com expansão de 3,6 p.p. de participação nas vendas, seguido de Life, cuja expansão foi de 1,9 p.p. principalmente pela maior presença digital e acertada estratégia de comunicação e marketing.

No 2T24, a receita gerada pelo programa de venda assistida, "Joias em Ação", registrou uma redução de 30,2% em comparação com o mesmo período do ano anterior, representando 20,1% do total das vendas digitais (-10,2 p.p. versus 2T23), reflexo da "desintoxicação" de descontos promovidos no canal ao longo de 2023. Com o menor volume de campanhas/ações de desconto em Joias, nota-se uma natural redução da categoria joias na participação de vendas do canal neste trimestre.

Sendo assim, apesar da queda de participação, a categoria Joias continua tendo a maior representatividade nas vendas digitais, com 40,9% de participação no 2T24, seguida pela categoria de Life, com 35,9% de participação nas vendas digitais.



VIVARA



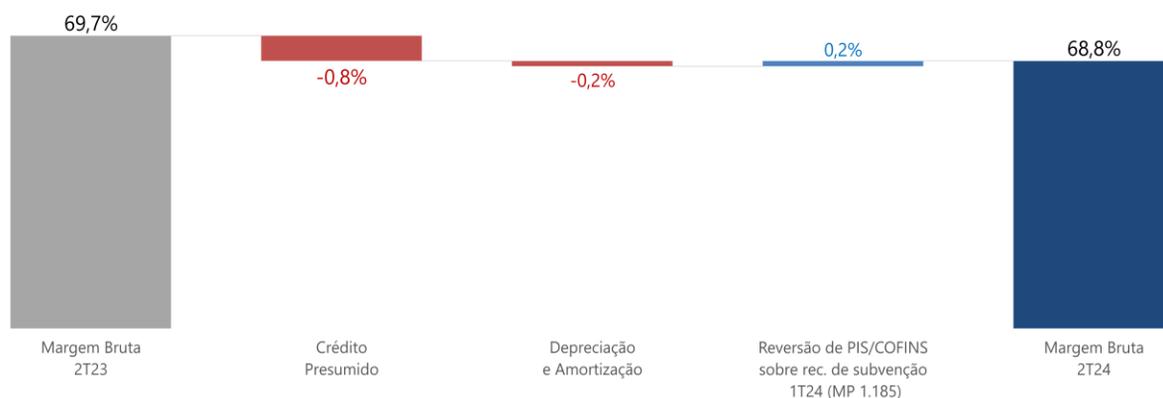
Lucro Bruto (R\$ mil) e Margem Bruta (%)	2T24	2T23	Δ% 24vs23	1S24	1S23	Δ% 24vs23
Receita Bruta (Liq. de devoluções)	836.594	702.095	19,2%	1.411.453	1.189.594	18,6%
Receita Líquida	656.322	559.909	17,2%	1.100.913	951.537	15,7%
<b>Custo Total</b>	<b>(204.561)</b>	<b>(169.811)</b>	<b>20,5%</b>	<b>(346.162)</b>	<b>(288.853)</b>	<b>19,8%</b>
% Receita Bruta (liq. de devoluções)	-24,5%	-24,2%	(0,3 p.p.)	-24,5%	-24,3%	(0,2 p.p.)
% Receita Líquida	-31,2%	-30,3%	(0,8 p.p.)	-31,4%	-30,4%	(1,1 p.p.)
Aquisição de insumos, matérias-primas e produtos	(179.345)	(148.960)	20,4%	(300.338)	(250.762)	19,8%
% Receita Bruta (liq. de devoluções)	-21,4%	-21,2%	(0,2 p.p.)	-21,3%	-21,1%	(0,2 p.p.)
% Receita Líquida	-27,3%	-26,6%	(0,7 p.p.)	-27,3%	-26,4%	(0,9 p.p.)
Despesas Fábrica	(25.216)	(20.851)	20,9%	(45.824)	(38.091)	20,3%
% Receita Bruta (liq. de devoluções)	-3,0%	-3,0%	(0,0 p.p.)	-3,2%	-3,2%	(0,0 p.p.)
% Receita Líquida	-3,8%	-3,7%	(0,1 p.p.)	-4,2%	-4,0%	(0,2 p.p.)
Pessoal	(20.045)	(16.776)	19,5%	(35.983)	(30.576)	17,7%
Despesas gerais da fábrica	(1.985)	(2.365)	-16,1%	(3.523)	(4.179)	-15,7%
Depreciação	(3.186)	(1.710)	86,3%	(6.318)	(3.336)	89,4%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>451.761</b>	<b>390.098</b>	<b>15,8%</b>	<b>754.751</b>	<b>662.684</b>	<b>13,9%</b>
Margem Bruta (% Receita Líquida)	68,8%	69,7%	(0,8 p.p.)	68,6%	69,6%	(1,1 p.p.)

O Lucro Bruto do 2T24 totalizou R\$ 451,8 milhões, crescimento de 15,8% na comparação com o mesmo período de 2023, atingindo Margem Bruta de 68,8%.

Neste trimestre, o Lucro Bruto da Companhia foi impactado por efeitos distintos, que combinados somaram 0,8 p.p. de pressão na Margem Bruta, afetando a comparabilidade dos períodos analisados, conforme detalhamento abaixo:

- Menor volume de Crédito Presumido, que afetou em 0,8 p.p. a comparação entre os períodos, efeito natural da normalização do fluxo de transferência de estoques, após distorções temporais, em 2023, pelo ano de migração da fábrica em Manaus – o alto volume de crédito presumido no 2T23 foi devido a antecipação de parcela da a produção;
- Efeito da maior depreciação que pressionou a Margem Bruta em 0,2 p.p., pelo investimento realizado na nova fábrica de Manaus.
- Reversão de R\$ 3,8 milhões referente ao PIS e COFINS sobre receita de subvenção do 1T24, devido à Lei 14.789 (antiga MP 1.185), afetando positivamente a margem bruta em 0,2 p.p.;

Após trimestres consecutivos de pressão na rubrica, ao expurgar o efeito de comparabilidade do crédito presumido (que atingiu o patamar de 7,4% da receita bruta líquida de devolução neste 2T24 versus 9,6% no 2T23), este trimestre marca a retomada dos mesmos patamares de margem bruta quando comparado ao período comparativo. Sendo assim, excluindo todos os impactos supramencionados, a Margem Bruta do trimestre estaria estável no comparativo com o mesmo período do ano anterior. A Companhia continua a trabalhar na (i) internalização da produção da categoria Life, (ii) otimização do portfólio e precificação, bem como na (iii) melhor alocação de estoque em lojas, fatores esses que irão beneficiar a rentabilidade ao longo dos próximos trimestres.



Despesas Operacionais	2T24	2T23	Δ% 24vs23	1S24	1S23	Δ% 24vs23
Despesas Operacionais (SG&A) <sup>1</sup>	(271.338)	(233.443)	16,2%	(493.138)	(426.846)	15,5%
% Receita Bruta	-32,4%	-33,2%	0,8 p.p.	-34,9%	-35,9%	(0,0 p.p.)
% Receita Líquida	-41,3%	-41,7%	0,4 p.p.	-44,8%	-44,9%	0,1 p.p.
Despesas com Vendas <sup>1</sup>	(224.416)	(185.379)	21,1%	(399.423)	(320.492)	24,6%
% Receita Bruta	-26,8%	-26,4%	(0,4 p.p.)	-28,3%	-26,9%	(1,4 p.p.)
% Receita Líquida	-34,2%	-33,1%	(1,1 p.p.)	-36,3%	-33,7%	(2,6 p.p.)
Despesas Gerais e Administrativas <sup>1</sup>	(46.922)	(48.064)	-2,4%	(93.715)	(106.354)	-11,9%
% Receita Bruta	-5,6%	-6,8%	1,2 p.p.	-6,6%	-8,9%	2,3 p.p.
% Receita Líquida	-7,1%	-8,6%	1,4 p.p.	-8,5%	-11,2%	2,7 p.p.
Outras Despesas (Receitas) Operacionais	81.211	55	n.a.	77.019	(634)	n.a.
<b>Total de Despesas<sup>1</sup></b>	<b>(190.126)</b>	<b>(233.388)</b>	<b>-18,5%</b>	<b>(416.118)</b>	<b>(427.480)</b>	<b>-2,7%</b>

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

Para eliminar o impacto do aumento das Deduções da Receita na análise da eficiência operacional da Companhia, a análise abaixo será feita com base nas despesas como percentual da Receita Bruta (líq. de devoluções).

As Despesas Operacionais (SG&A) do trimestre atingiram R\$ 271,3 milhões, o equivalente a 32,4% da Receita Bruta (líq. de devoluções), 0,8 p.p. melhor que o realizado no 2T23.

As Despesas com Vendas aumentaram 21,1%, com pressão de 0,4 p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior, principalmente, (i) pela adição de 69 pontos de venda nos últimos 12 meses, bem como pelas lojas em maturação; (ii) pelo aumento das despesas com remuneração, especialmente devido ao regime de comissionamento em lojas Life - fator este que foi endereçado ao longo do 2T24, concluído ao final de junho/2024, com a readequação dos regimes de comissionamento nas respectivas lojas - e (iii) pelo aumento de rescisões no período, fruto da revisão da estrutura organizacional, focada na otimização dos processos e redimensionamento dos times corporativos.

As Despesas Gerais e Administrativas (G&A) apresentaram uma diluição de 1,2 p.p. com relação à Receita Bruta (líq. de devoluções), comparado ao 2T23, com destaque para linhas de Pessoal que reflete a otimização de estrutura corporativa que vem sendo implementada nos últimos meses, bem como a linha de Serviços de terceiros, que está sendo beneficiada pelo processo de centralização de compras indiretas realizado no início de 2024, permitindo uma maior eficiência na gestão e monitoramento de contratos com terceiros.

As Outras Despesas (Receitas) Operacionais do 2T24 registraram uma receita de R\$ 81,2 milhões (versus R\$ 55 mil no 2T23), cujo aumento é explicado pelo reconhecimento de créditos de PIS/COFINS no valor de R\$ 82,1 milhões. Tal montante foi reconhecido após uma revisão dos critérios para o creditamento de PIS e COFINS nas operações de aquisição de matérias-primas (ouro e prata) pela operação da CONIPA em São Paulo, no qual foi identificado a oportunidade de aproveitamento dos mesmos referente ao período de 60 meses anteriores a junho/2024 (do 3T19 ao 2T24). A Companhia obteve pareceres jurídicos que respaldam a respectiva contabilização e estima consumir o saldo nos próximos 12 a 15 meses. Do total registrado de R\$ 82,1 milhões, R\$ 75,7 milhões são do período entre o 3T19 ao 1T24 e R\$ 6,4 milhões referem-se a créditos de competência do próprio 2T24. Em adição ao reconhecimento dos R\$ 82,1 milhões na linha de Outras Despesas (Receitas), houve o reconhecimento de R\$ 18,3 milhões relativos à correção monetária dos créditos em questão, pela taxa Selic (cujo efeito foi registrado na linha de Receitas Financeiras do período).



## 2T24 | EBITDA AJUSTADO E MARGEM EBITDA AJUSTADA

Reconciliação do EBITDA (R\$ mil)	2T24	2T23	Δ% 24vs23	1S24	1S23	Δ% 24vs23
<b>Lucro Líquido</b>	<b>210.961</b>	<b>109.984</b>	<b>91,8%</b>	<b>246.770</b>	<b>148.555</b>	<b>66,1%</b>
<i>Margem líquida (%)</i>	<i>32,1%</i>	<i>19,6%</i>	<i>12,5 p.p.</i>	<i>22,4%</i>	<i>15,6%</i>	<i>6,8 p.p.</i>
(+) IR/CSLL	16.433	6.616	148,4%	6.471	2.664	143,0%
(+) Resultado financeiro	(3.495)	9.635	-136,3%	12.005	23.251	-48,4%
(+) Depreciação e Amortização	40.921	32.185	27,1%	79.704	64.070	24,4%
<b>EBITDA Total</b>	<b>264.821</b>	<b>158.420</b>	<b>67,2%</b>	<b>344.950</b>	<b>238.540</b>	<b>44,6%</b>
(-) Despesas de aluguel (IFRS16)	(28.998)	(26.006)	11,5%	(56.712)	(50.689)	11,9%
(+/-) Efeitos não recorrentes	(71.737)	-	n.a.	(58.713)	2.609	n.a.
(+) Êxito de advogados e auto de infrações	2.357	-	n.a.	7.188	2.609	n.a.
(+) Ajustes na Estrutura Organizacional	5.396	-	n.a.	5.396	-	n.a.
(-) Reversão de PIS/COFINS 1T24 (MP 1.185)	(3.807)	-	n.a.	-	-	n.a.
(-) Crédito de PIS/COFINS na compra de ouro/prata (períodos anteriores)	(75.683)	-	n.a.	(71.296)	-	n.a.
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>164.086</b>	<b>132.414</b>	<b>23,9%</b>	<b>229.525</b>	<b>190.459</b>	<b>20,5%</b>
<i>Margem EBITDA Ajustada (%)</i>	<i>25,0%</i>	<i>23,6%</i>	<i>1,4 p.p.</i>	<i>20,8%</i>	<i>20,0%</i>	<i>0,8 p.p.</i>

No 2T24, a Companhia registrou R\$ 164,1 milhões de EBITDA Ajustado, com Margem EBITDA Ajustado de 25,0%. O EBITDA do trimestre foi ajustado pela despesa de aluguel dos contratos classificados pelo IFRS/16, bem como por efeitos não recorrentes, conforme segue: (i) R\$2,3 milhões em êxito de advogados, (ii) R\$ 5,4 milhões, referente a ajustes na estrutura organizacional relacionadas a desligamentos no período, (iii) reversão do PIS/COFINS sobre receita de subvenção que foi registrado no 1T24 no valor de R\$ 3,8 milhões (de maneira a anular o efeito positivo que tal reversão gerou no 2T24) e (iv) a contabilização de PIS/COFINS nas operações de compra de ouro e prata entre o 3T19 e 1T24 no valor de R\$ 75,7 milhões (anulando o efeito positivo da contabilização dos créditos de competência anterior ao 2T24).

Após dois trimestres com tendências desafiadoras, o 2T24 apresenta expansão de 1,4 p.p. na Margem EBITDA Ajustado, resultado de uma estrutura de G&A mais otimizada e diligente gestão de ativos tributários que contribuíram para o sólido resultado do trimestre

Importante destacar que parcela dos fatores que ainda impactaram a rentabilidade do 2T24, perdem força no segundo semestre de 2024. Na segunda metade do ano será possível notar (i) a redução da disparidade entre a Receita Bruta e Receita Líquida, (ii) a inversão da tendência do volume de crédito presumido – fruto da aceleração da produção em Manaus nos próximos trimestres frente a uma menor base comparativa do 2S23 - e a (iii) normalização dos patamares da linha de Pessoal nas Despesas com Vendas, fruto da readequação dos regimes de comissionamento em loja.

## 2T24 | LUCRO LÍQUIDO E MARGEM LÍQUIDA

Reconciliação do Lucro Líquido (R\$ mil)	2T24	2T23	Δ% 24vs23	1S24	1S23	Δ% 24vs23
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>164.086</b>	<b>132.414</b>	<b>23,9%</b>	<b>229.525</b>	<b>190.459</b>	<b>20,5%</b>
<i>Margem EBITDA Ajustada (% Receita Líquida)</i>	<i>25,0%</i>	<i>23,6%</i>	<i>1,4 p.p.</i>	<i>20,8%</i>	<i>20,0%</i>	<i>0,8 p.p.</i>
(-) Despesas de aluguel (IFRS16)	28.998	26.006	11,5%	56.712	50.689	11,9%
(-) Efeitos não recorrentes (Despesas Operacionais)	71.737	-	-	58.713	(2.609)	2350,7%
(+) Depreciação e Amortização	(40.921)	(32.185)	27,1%	(79.704)	(64.070)	24,4%
(+) Resultado financeiro	3.495	(9.635)	136,3%	(12.005)	(23.251)	-48,4%
(+) IR/CSLL	(16.433)	(6.616)	148,4%	(6.471)	(2.664)	143,0%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>210.961</b>	<b>109.984</b>	<b>91,8%</b>	<b>246.770</b>	<b>148.555</b>	<b>66,1%</b>
<i>Margem Líquida (% Receita Líquida)</i>	<i>32,1%</i>	<i>19,6%</i>	<i>12,5 p.p.</i>	<i>22,4%</i>	<i>15,6%</i>	<i>6,8 p.p.</i>

A Companhia registrou Lucro Líquido de R\$ 211,0 milhões no trimestre e Margem Líquida de 32,1%. Ainda que beneficiado pelo registro dos créditos de PIS/COFINS na aquisição de matéria prima - efeito este que totalizou R\$ 100,4 milhões no trimestre, sendo R\$ 82,1 milhões registrado na linha de Outras Despesas (Receitas) e R\$ 18,3 milhões na linha de Receita Financeira - o resultado do trimestre traduz uma sólida performance operacional, somado ao aumento dos níveis a depreciação e amortização dado os investimentos feitos na nova planta de Manaus até o final de 2023.

Investimentos (R\$ mil)	2T24	2T23	Δ% 24vs23	1S24	1S23	Δ% 24vs23
<b>Capex Total</b>	<b>38.179</b>	<b>47.257</b>	<b>-19,2%</b>	<b>73.497</b>	<b>91.293</b>	<b>-19,5%</b>
Novas lojas	16.358	11.710	39,7%	35.434	27.137	30,6%
Reformas e Manutenção	3.750	9.783	-61,7%	7.269	21.669	-66,5%
Fábrica	3.612	12.212	-70,4%	7.359	21.316	-65,5%
Sistemas/TI	12.999	8.724	49,0%	19.501	13.008	49,9%
Outros	1.461	4.828	-69,7%	3.933	8.163	-51,8%
<b>CAPEX/Receita Líquida (%)</b>	<b>5,8%</b>	<b>8,4%</b>	<b>(2,6 p.p.)</b>	<b>6,7%</b>	<b>9,6%</b>	<b>(2,9 p.p.)</b>

No 2T24, os investimentos totalizaram R\$ 38,2 milhões, uma desaceleração de -19,2% em relação aos investimentos do 2T23, explicado pelo (i) menor volume de investimentos na fábrica, devido à conclusão da implantação da nova fábrica em dezembro/2023 e pelo (ii) menor volume de reformas no trimestre. A linha de Novas Lojas cresceu 39,7%, decorrente da inauguração de 2 lojas Vivara e 18 lojas Life no trimestre e a linha de Sistemas/TI, com crescimento de 49,0%, fruto dos investimentos em sistemas de TI, principalmente referentes à segunda fase do projeto de implementação do sistema SAP4Hana.

## 2T24 | ENDIVIDAMENTO

Dívida Líquida (R\$ mil)	1S24	2023	Δ %
<b>Empréstimos e Financiamentos</b>	<b>233.638</b>	<b>271.463</b>	<b>-13,9%</b>
Curto Prazo	126.079	111.463	13,1%
Longo Prazo	107.559	160.000	-32,8%
Caixa e Equivalentes de Caixa	341.860	304.490	12,3%
<b>Caixa Líquido</b>	<b>108.222</b>	<b>33.026</b>	<b>227,7%</b>
EBITDA Ajustado LTM (últimos 12 meses)	510.343	479.598	6,4%
Caixa Líquido/EBITDA Ajustado	0,2x	0,1x	na

O Endividamento Bruto da Companhia reduziu 13,9% versus Dezembro de 2023 em razão da amortização de R\$ 50,0 milhões em dívida vencida em Fevereiro de 2024. O caixa líquido totalizou R\$ 108,2 milhões, impulsionado pela geração de caixa operacional do período.

## 2T24 | GERAÇÃO DE CAIXA

Geração de Caixa (R\$ mil)	2T24	2T23	Δ% 24vs23	1S24	1S23	Δ% 24vs23
<b>Lucro Líquido</b>	<b>210.961</b>	<b>109.983</b>	<b>91,8%</b>	<b>246.770</b>	<b>148.555</b>	<b>66,1%</b>
(+/-) IR/CSLL e Outros Ajustes	(67.399)	18.821	-458,1%	(66.363)	24.268	-373,5%
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>143.563</b>	<b>128.804</b>	<b>11,5%</b>	<b>180.406</b>	<b>172.823</b>	<b>4,4%</b>
<b>Capital de Giro</b>	<b>(32.072)</b>	<b>(106.809)</b>	<b>-70,0%</b>	<b>76.648</b>	<b>(142.788)</b>	<b>153,7%</b>
Contas a Receber	(86.980)	(88.334)	-1,5%	96.214	59.928	60,5%
Estoques	(43.863)	(48.773)	-10,1%	(103.098)	(142.008)	-27,4%
Fornecedores	66.988	35.149	90,6%	107.400	69.661	54,2%
Impostos a Recuperar	17.134	(13.723)	224,9%	42.290	(17.190)	346,0%
Obrigações Tributárias	12.136	(72)	n.a.	(32.103)	(65.523)	-51,0%
Outros ativos e passivos	2.513	8.944	-71,9%	(34.054)	(47.656)	-28,5%
<b>Caixa das Atividades Operacionais Gerencial</b>	<b>111.491</b>	<b>21.995</b>	<b>406,9%</b>	<b>257.054</b>	<b>30.035</b>	<b>755,8%</b>
Capex	(38.179)	(47.257)	-19,2%	(73.497)	(91.293)	-19,5%
<b>Consumo/Geração de Caixa Livre <sup>(1)</sup></b>	<b>73.312</b>	<b>(25.262)</b>	<b>390,2%</b>	<b>183.557</b>	<b>(61.258)</b>	<b>399,6%</b>

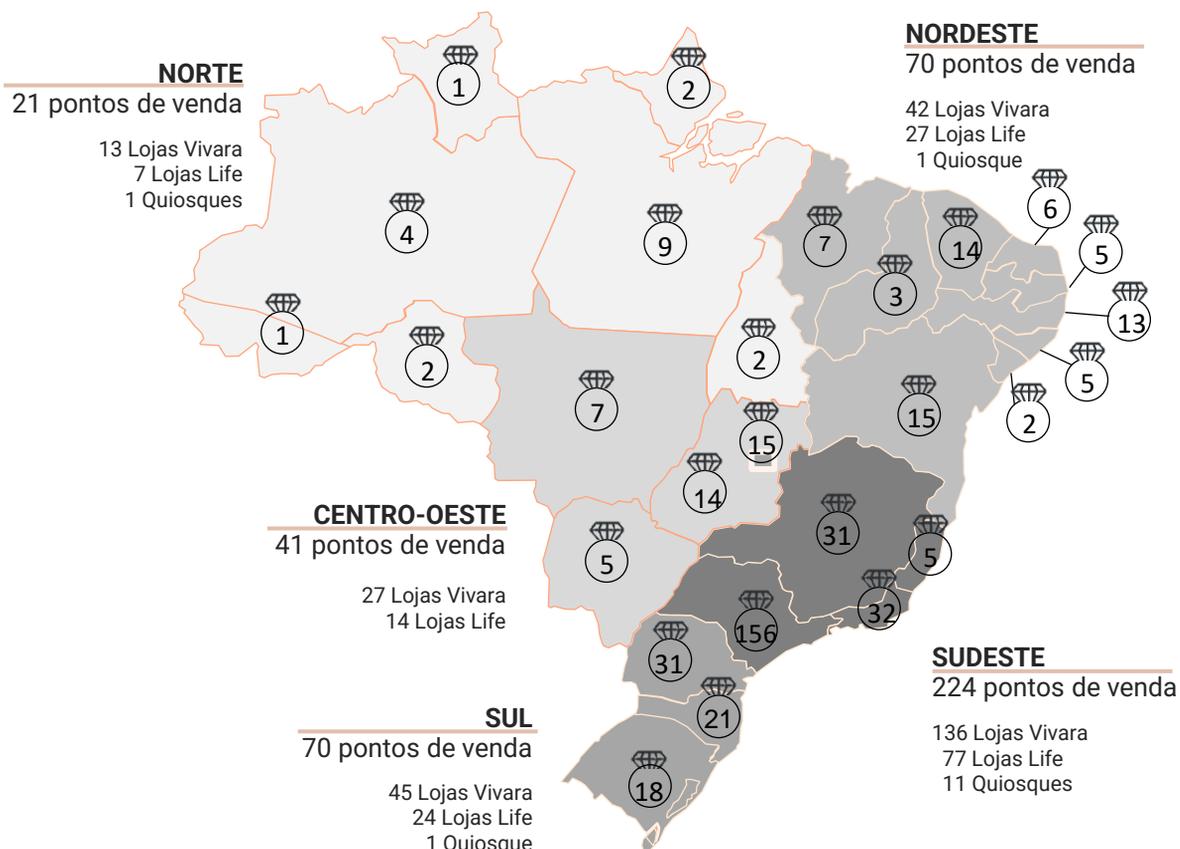
(1) Essa é uma medição gerencial, não contábil, elaborada pela Companhia, e não é parte integrante do escopo de trabalho da auditoria independente.

No 2T24, a Companhia gerou R\$ 111,5 milhões de caixa operacional, 5 vezes maior do que a geração de caixa do 2T23. A geração de caixa livre alcançou a marca de R\$ 73,3 milhões, beneficiada, principalmente pela recuperação dos créditos gerados pela aprovação, em Novembro, do regime de interdependência, em que a Tellerina passou a utilizar os créditos de ICMS gerados pela Conipa, no estado de São Paulo.

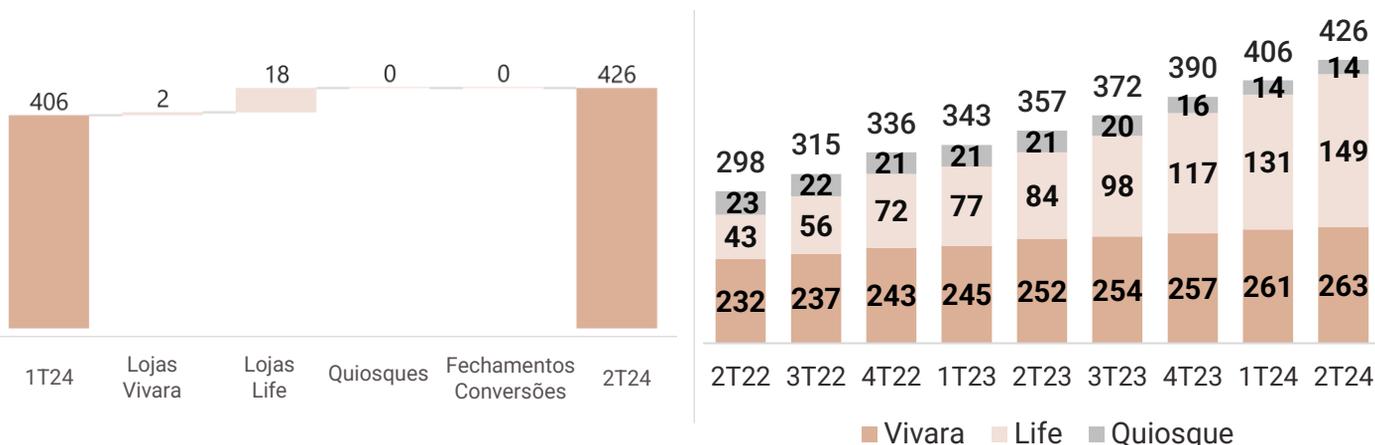
A Companhia encerrou o mês de Junho com 426 pontos de vendas em operação, sendo 263 lojas Vivara, 149 lojas Life e 14 quiosques, com um total de 35.343,7 metros quadrados de área de venda.

No período de abril a junho, a Companhia completou a abertura de 20 novas lojas, sendo 2 lojas Vivara e 18 lojas Life, com uma adição de 1.459 metros quadrados de área de venda, mantendo um ritmo acelerado de expansão.

Presente em todos os estados do Brasil, 52,6% dos pontos de venda da Companhia estão concentrados na região Sudeste. Tanto as lojas Vivara como Life marcam presença em 100% das regiões brasileiras, concentrando 51,7% das lojas na região Sudeste (em ambos os casos).



EXPANSÃO 2T24



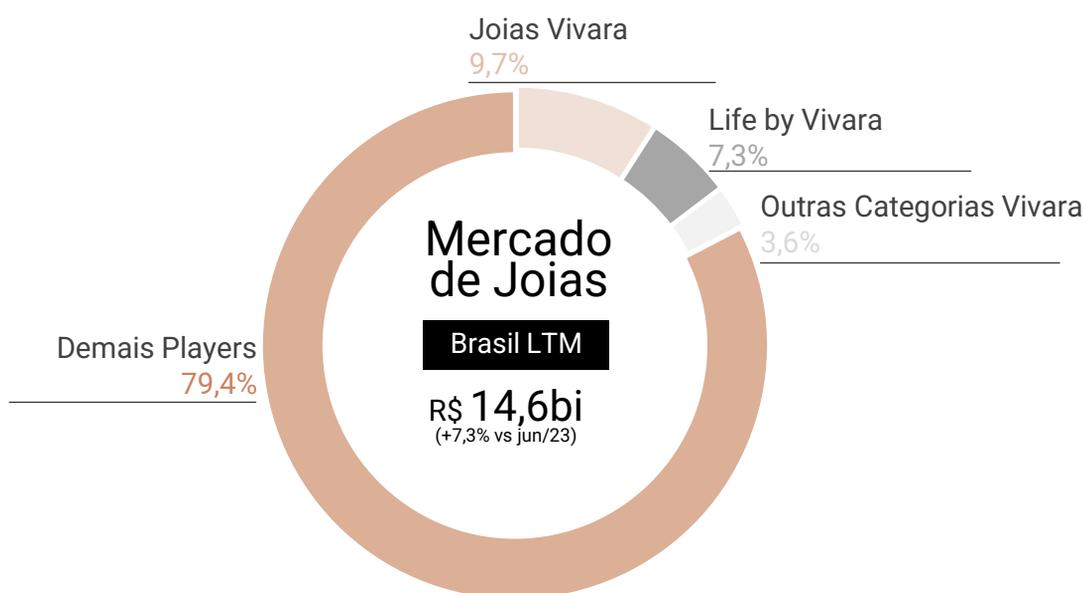
- 2S24 – A Companhia inicia o segundo semestre do ano otimista com a continuidade dos projetos e implantação de alavancas operacionais que contribuirão para uma sólida performance de 2024 em termos de crescimento, expansão de rentabilidade e contínua geração de caixa.

Com a entrada do fundador como o novo Presidente do Conselho, a Companhia tem implementado mudanças importantes, usufruindo de sua expertise no setor joalheiro, para promover um resgate de princípios que sempre caracterizaram o modelo de negócio da boa joalheria e estiveram presentes no DNA da Vivara desde a sua fundação. Tais medidas, potencializam os diferenciais competitivos existentes, revisam processos e políticas que necessitavam de ajuste e abrem caminho para uma trajetória de sucesso ainda mais promissora. Apesar do curto espaço de tempo, já nota-se uma reversão de tendência dos últimos trimestres, com destaque para a melhor alocação de estoque em loja nos meses de maio e junho. No último mês do trimestre, a Companhia atingiu a marca de 27.1% de crescimento versus junho 23 (8,6 p.p. acima do crescimento de abril 24 versus o mesmo mês do ano anterior), o que reforça a trajetória de aceleração do crescimento e as perspectivas para os próximos meses do ano. Abaixo, estão destacadas as principais medidas implementadas:

- (i) **PRODUTO E ALOCAÇÃO DE ESTOQUE:** Na frente de produto, o foco está no resgate da essência da Vivara e suas coleções, o que permitirá não somente sustentação de vendas maiores, mas também sinergias a diversas áreas de negócio. Importante destacar o grande potencial no aumento de vendas das lojas Vivara, como já demonstrado no trimestre reportado (especialmente no mês de junho) através de uma melhor distribuição e alocação de sortimento de produtos. Na Life, o foco será no incremento da variedade de seu estoque, na busca de maximizar seu potencial de vendas. Além disso, a Companhia tem investido na melhoria dos processos S&OP, de maneira a permitir uma melhor alocação e distribuição de estoque, ganhando eficiência e buscando destravar potencial de vendas no médio prazo.
- (ii) **FÁBRICA:** Desde abril, a Companhia vem acelerando a produção em Manaus tanto de joias em ouro como em Life, atingindo altos índices de produtividade em suas linhas de produção. A velocidade adicional será fundamental para que os ganhos da estratégia de produto sejam capturados. Além disso, a Companhia reforçou seu quadro de colaboradores da fábrica para acelerar a internalização da produção da categoria Life, que contribuirá para a expansão de rentabilidade no curto e no longo prazo.
- (iii) **ESTRUTURA ORGANIZACIONAL E EFICIÊNCIAS OPERACIONAIS:** após a revisão de processos e redesenho da estrutura organizacional e a captura de sinergias operacionais, a Companhia inicia o segundo semestre com uma estrutura mais enxuta e responsiva, permitindo a aceleração de sua alavancagem operacional. Entre as principais iniciativas, destacam-se:
  - (a) A automação de processos e centralização dos times de compras indiretas
  - (b) Redimensionamento do quadro de áreas corporativas, com foco em aumentar a qualidade técnica em processos chaves
  - (c) Diligente análise do quadro de remuneração
  - (d) Redesenho de cadeiras C-Level mais robustas, contribuindo para um ambiente mais dinâmico e melhor comunicação interna
- (iv) **NOVOS LAYOUTS DE LOJA:** Inauguração de novos modelos de Loja Vivara e Loja Life, com foco na maior exposição de peças e coleções, promovendo maior circulação interna de clientes e agilidade nas vendas.

- Expansão – A Companhia completou a abertura de 2 novas lojas Vivara e 18 novas lojas Life, reforçando o compromisso em acelerar o crescimento através da expansão orgânica das marcas Vivara e Life. A expectativa é que esse ritmo continue ao longo do ano de 2024, superando 2023 no número de inaugurações, com a inauguração de 70 a 80 lojas até o final do ano.
- Market Share – A Companhia encerrou o 2T24 com 20,6% de participação no mercado brasileiro de joias, sendo 9,7% para a categoria de joias Vivara; 7,3% Life e 3,6% de outras categorias. Esse resultado é reflexo da forte expansão das lojas físicas, e também da assertividade em lançamentos de coleções e produtos com eficiente gestão de mix e preço. Para 2024, a Companhia segue confiante na manutenção e expansão da sua posição de liderança no mercado, fortalecendo cada vez mais seus projetos estruturantes e de crescimento.

MARKET SHARE



Fonte: Companhia. Considera a receita total da Vivara, não excluindo as categorias de relógio e acessórios. LTM Junho, 2024.

*Life*  
VIVARA



DRE (R\$ mil)	2T24	2T23	Δ% 24vs23	1S24	1S23	Δ% 24vs23
<b>Receita Bruta de Vendas de Mercadorias</b>	<b>999.960</b>	<b>844.523</b>	<b>18,4%</b>	<b>1.720.718</b>	<b>1.453.788</b>	<b>18,4%</b>
<b>Receita Bruta de Serviços</b>	<b>2.619</b>	<b>2.550</b>	<b>2,7%</b>	<b>4.972</b>	<b>4.936</b>	<b>0,7%</b>
Deduções da Receita Bruta	(180.272)	(142.185)	26,8%	(310.541)	(238.057)	30,4%
Trocas e devoluções	(165.984)	(144.978)	14,5%	(314.236)	(269.130)	16,8%
<b>Receita Líquida</b>	<b>656.322</b>	<b>559.909</b>	<b>17,2%</b>	<b>1.100.913</b>	<b>951.537</b>	<b>15,7%</b>
(-) Custos dos Produtos Vendidos e serviços prestados	(201.375)	(168.101)	19,8%	(339.844)	(285.517)	19,0%
(-) Depreciações e Amortizações	(3.186)	(1.710)	86,3%	(6.318)	(3.336)	89,4%
<b>(=) Lucro Bruto</b>	<b>451.761</b>	<b>390.098</b>	<b>15,8%</b>	<b>754.751</b>	<b>662.684</b>	<b>13,9%</b>
<b>(-) Despesas Operacionais</b>	<b>(227.862)</b>	<b>(263.862)</b>	<b>-13,6%</b>	<b>(489.505)</b>	<b>(488.214)</b>	<b>0,3%</b>
<b>Vendas</b>	<b>(224.416)</b>	<b>(185.379)</b>	<b>21,1%</b>	<b>(399.423)</b>	<b>(320.492)</b>	<b>24,6%</b>
Pessoal	(125.089)	(99.056)	26,3%	(217.563)	(160.892)	35,2%
Aluguéis e condomínios	(25.544)	(19.316)	32,2%	(43.328)	(34.346)	26,2%
Descontos sobre arrendamentos	-	-	n.a	-	-	n.a
Frete	(8.457)	(9.817)	-13,8%	(16.014)	(17.045)	-6,0%
Comissão sobre Cartões	(16.396)	(14.190)	15,5%	(27.588)	(23.736)	16,2%
Serviços de Terceiros	(6.868)	(6.674)	2,9%	(14.522)	(11.211)	29,5%
Despesas com Marketing	(26.565)	(23.971)	10,8%	(49.933)	(44.556)	12,1%
Outras despesas com vendas	(15.497)	(12.355)	25,4%	(30.474)	(28.706)	6,2%
<b>Gerais e Administrativas</b>	<b>(46.922)</b>	<b>(48.064)</b>	<b>-2,4%</b>	<b>(93.715)</b>	<b>(106.354)</b>	<b>-11,9%</b>
Pessoal	(24.639)	(25.464)	-3,2%	(47.616)	(53.821)	-11,5%
Aluguéis e condomínios	(94)	(137)	-32,0%	(538)	(334)	60,9%
Serviços de Terceiros	(12.672)	(15.471)	-18,1%	(26.124)	(33.361)	-21,7%
Outras Despesas Gerais e Administrativas	(9.517)	(6.992)	36,1%	(19.437)	(18.838)	3,2%
Depreciações e Amortizações	(37.735)	(30.475)	23,8%	(73.387)	(60.734)	20,8%
Resultado de Equivalência Patrimonial	-	-	n.a	-	-	n.a
Outros Despesas (Receitas) Operacionais	81.211	55	147927,9%	77.019	(634)	-12248,8%
<b>(=) Lucro (Prejuízo) Antes das Financeiras</b>	<b>223.900</b>	<b>126.236</b>	<b>77,4%</b>	<b>265.246</b>	<b>174.470</b>	<b>52,0%</b>
<b>(=) Resultado Financeiro</b>	<b>3.495</b>	<b>(9.635)</b>	<b>-136,3%</b>	<b>(12.005)</b>	<b>(23.251)</b>	<b>-48,4%</b>
Receitas Financeiras Líquidas	27.912	9.212	203,0%	35.889	18.647	92,5%
Despesas Financeiras Líquidas	(24.417)	(18.848)	29,5%	(47.894)	(41.898)	14,3%
<b>(=) Lucro Operacional</b>	<b>227.394</b>	<b>116.600</b>	<b>95,0%</b>	<b>253.241</b>	<b>151.219</b>	<b>67,5%</b>
Imposto de Renda e Contribuição Social	(16.433)	(6.616)	148,4%	(6.471)	(2.664)	143,0%
<b>(=) Lucro Líquido</b>	<b>210.961</b>	<b>109.984</b>	<b>91,8%</b>	<b>246.770</b>	<b>148.555</b>	<b>66,1%</b>

	1S24	2023	Δ%
<b>CIRCULANTE</b>			
Caixa e equivalentes de caixa	274.119	221.495	23,8%
Títulos e valores mobiliários	67.741	82.995	-18,4%
Contas a receber	734.685	830.832	-11,6%
Estoques	884.935	782.706	13,1%
Impostos a recuperar	139.206	118.353	17,6%
Despesas pagas antecipadamente e outros créditos	19.633	20.198	-2,8%
<b>Total do ativo circulante</b>	<b>2.120.319</b>	<b>2.056.580</b>	<b>3,1%</b>
<b>NÃO CIRCULANTE</b>			
Títulos e valores mobiliários LP	-	-	na
Depósitos judiciais	24.367	23.899	2,0%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	267.198	222.152	20,3%
Instrumentos derivativos ativo	7.232	-	na
Despesas pagas antecipadamente e outros créditos	915	-	na
Impostos a recuperar	152.682	114.022	33,9%
Imobilizado	798.606	765.746	4,3%
Intangível	72.756	59.191	22,9%
<b>Total do ativo não circulante</b>	<b>1.323.756</b>	<b>1.185.010</b>	<b>11,7%</b>
<b>ATIVO TOTAL</b>	<b>3.444.075</b>	<b>3.241.590</b>	<b>6,2%</b>
<b>CIRCULANTE</b>			
Fornecedores	110.145	73.629	49,6%
Fornecedores Convenio	100.404	29.519	240,1%
Empréstimos e financiamentos	126.079	111.463	13,1%
Investimentos - passivo a descoberto	-	-	na
Partes relacionadas	-	-	na
Obrigações trabalhistas e previdenciárias	102.690	117.859	-12,9%
Obrigações tributárias	82.613	85.081	-2,9%
Arrendamentos a pagar	17.880	17.663	1,2%
Instrumentos derivativos passivo	-	7.216	-100,0%
Arrendamentos direito de uso a pagar	68.404	70.059	-2,4%
Juros sobre capital próprio a pagar	2	2	-12,2%
Dividendos a pagar	5	87.699	-100,0%
Outras obrigações	83.840	95.397	-12,1%
<b>Total do passivo circulante</b>	<b>692.061</b>	<b>695.587</b>	<b>-0,5%</b>
<b>NÃO CIRCULANTE</b>			
Instrumentos derivativos passivo LP	-	-	na
Empréstimos e financiamentos	107.559	160.000	-32,8%
Provisão para riscos cíveis, trabalhistas e tributários	14.633	14.574	0,4%
Arrendamentos direito de uso a pagar	449.604	432.625	3,9%
Outras obrigações	6.208	5.082	22,1%
<b>Total do passivo não circulante</b>	<b>578.004</b>	<b>612.281</b>	<b>-5,6%</b>
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>			
Capital social	1.105.381	1.105.381	0,0%
Reservas de lucros	1.143.390	896.618	27,5%
Lucros acumulados	-	-	na
Ações em tesouraria	(28.923)	(24.176)	19,6%
Opções Outorgadas	7.203	8.940	-19,4%
Reservas de Capital	(53.041)	(53.041)	0,0%
<b>Total do patrimônio líquido</b>	<b>2.174.010</b>	<b>1.933.722</b>	<b>12,4%</b>
<b>TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>3.444.075</b>	<b>3.241.590</b>	<b>6,2%</b>

Fluxo de Caixa (R\$ mil)	2T24	2T23	Δ% 24vs23	1S24	1S23	Δ% 24vs23
<b>Lucro Líquido</b>	<b>210.961</b>	<b>109.983</b>	<b>91,8%</b>	<b>246.770</b>	<b>148.555</b>	<b>66,1%</b>
Ajustes do Lucro Líquido	(23.596)	62.526	-137,7%	30.840	111.730	-72,4%
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>187.365</b>	<b>172.510</b>	<b>8,6%</b>	<b>277.610</b>	<b>260.286</b>	<b>6,7%</b>
Variação nos ativos e passivos operacionais:			-			
Contas a receber	(86.980)	(88.334)	1,5%	96.214	59.928	60,5%
Estoques	(43.863)	(48.773)	10,1%	(103.098)	(142.008)	27,4%
Fornecedores	66.988	35.149	90,6%	107.400	69.661	54,2%
Impostos a Recuperar	17.134	(13.723)	224,9%	42.290	(17.190)	346,0%
Obrigações Tributárias	12.136	(72)	16878,3%	(32.103)	(65.523)	51,0%
Outros ativos e passivos	2.513	8.944	-71,9%	(34.054)	(47.656)	28,5%
<b>Caixa das atividades operacionais</b>	<b>155.294</b>	<b>65.701</b>	<b>136,4%</b>	<b>354.257</b>	<b>117.498</b>	<b>201,5%</b>
Imposto de Renda e Contribuição Social	(15.446)	(14.060)	-9,9%	(21.910)	(20.126)	-8,9%
Juros pagos de empréstimos e financiamentos	-	(5.378)	100,0%	(10.444)	(11.849)	11,9%
Juros pagos de arrendamentos de direito de uso	(14.169)	(8.652)	-63,8%	(28.276)	(21.231)	-33,2%
<b>Caixa líquido das atividades operacionais</b>	<b>125.678</b>	<b>37.611</b>	<b>234,1%</b>	<b>293.628</b>	<b>64.292</b>	<b>356,7%</b>
Ações em Tesouraria	(6.973)	(0)	n.a.	(6.973)	(6.117)	-14,0%
Imobilizado	(25.125)	(38.354)	34,5%	(54.256)	(78.356)	30,8%
Intangível	(13.054)	(8.903)	-46,6%	(19.241)	(12.937)	-48,7%
Outros	29.454	69.275	-57,5%	19.058	76.722	-75,2%
<b>Caixa das atividades de Investimentos</b>	<b>(15.699)</b>	<b>22.018</b>	<b>-171,3%</b>	<b>(61.411)</b>	<b>(20.688)</b>	<b>-196,8%</b>
Dividendos e JCP	(87.693)	(85.701)	-2,3%	(87.693)	(85.701)	-2,3%
Empréstimos e financiamentos	(4.183)	(0)	n.a.	(50.070)	(2.500)	-1902,8%
Arrendamento do Direito de Uso	(14.187)	(15.616)	9,2%	(36.574)	(34.257)	-6,8%
Outros	-	(1.316)	100,0%	(5.256)	(2.722)	-93,1%
<b>Caixa das atividades de financiamento</b>	<b>(106.063)</b>	<b>(102.633)</b>	<b>-3,3%</b>	<b>(179.592)</b>	<b>(125.180)</b>	<b>-43,5%</b>
<b>Aumento (redução) de caixa e equivalente de caixa</b>	<b>3.916</b>	<b>(43.004)</b>	<b>109,1%</b>	<b>52.624</b>	<b>(81.576)</b>	<b>164,5%</b>
Saldo Inicial de caixa e equivalente de caixa	270.203	121.464		221.495	160.036	
Saldo final de caixa e equivalente de caixa	274.119	78.460		274.119	78.460	

- **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 e Geração de Caixa Operacional apresentadas neste documento não são medidas de lucro em conformidade com as práticas contábeis adotadas no Brasil e não representa os fluxos de caixa dos períodos apresentados e, portanto, não é 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 apresentados 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, sujeitas à mudança 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, operacionais, financeiros pro forma e projeções com base na expectativa da Administração da Companhia. Os dados não contábeis não foram objeto de revisão por parte dos auditores independentes da Companhia.

## RELAÇÕES COM INVESTIDORES

Otavio Lyra – Diretor Presidente e Financeiro

Caio Barbuto – Gerente de RI

E-mail: [ri@vivara.com.br](mailto:ri@vivara.com.br)

VIVARA

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

# VIVARA

---

# EARNINGS

---

2024 • RELEASE

COMMENTS ON  
PERFORMANCE

to watch,  
[click here](#)

Q&A SESSION:

Friday, August 9  
10 am (BRT) 09 am (US ET)

[click here](#)



**Vivara Participações S.A.** (B3: VIVA3), Latin America's largest jewelry chain, announces its results for the second quarter of 2024.

In 2024, Vivara reached revenue of R\$836.6 million, a 19.2% increase compared to the same period last year, driven by the growth of 18.0% in the Jewelry category and 20.6% in the Life category. The solid sales performance was a result of a successful policy to improve inventory allocation in stores during the seasonality of the quarter, leading to strong Same-Store Sales (SSS) metric for both Life Stores (16.7% vs. 2Q23) and Vivara Stores (12.6% vs. 2Q23).

The period recorded a healthy level of Gross Margin, which reached 68.8% in 2024. The remaining pressure of 0.8p.p. compared to the same period last year is due to the lower representation of presumed credit. In addition, this quarter was also marked by the reversal of the trend in SG&A lines, which after consecutive quarters of pressure, contributed to an increase of 1.4p.p. in the Adjusted EBITDA margin, which reached 25.0% in the period.

Continuing with the expansion plan, 20 new stores were opened in the period between April and June (6 more than the 14 openings in 2Q23), with 2 Vivara stores and 18 Life stores.

The Company registered free cash generation of R\$73.3 million (after Capex), an increase of R\$98.6 million, compared to cash burn of R\$25.3 million in 2Q23.

## 2Q24 HIGHLIGHTS

- 20 new stores in 2Q24 (2 Vivara and 18 Life) totaling 426 points of sale at the end of 2Q24
- Gross Revenue (net of returns) of R\$836.6 million | + 19.2% vs. 2Q23
- Same-Store Sales (SSS) increased 11.6% vs. 2Q23
- Revenue of R\$294.7 million in the Life category | +20.6% vs. 2Q23
- 2.1 million active customers, +16.9% vs. June 2023
- Gross Profit of R\$451.8 million (+15.8% vs. 2Q23), with Gross Margin of 68.8%
- Adjusted EBITDA of R\$164.1 million, with a margin of 25.0% (+140 bps vs. 2Q23)
- Free cash generation of R\$73.3 million, vs. cash burn of R\$25.3 million in 2Q23



*Life*  
VIVARA



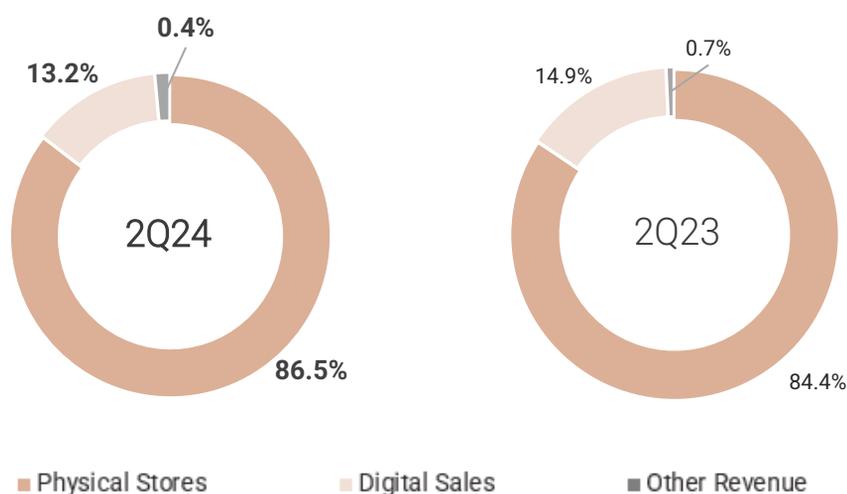
Gross Revenue, net of returns, reached R\$836.6 million in 2Q24, up 19.2% from 2Q23, due to (i) the 19.9% increase in sales area in the last 12 months, with the addition of 69 new points of sale; and (ii) the 11.6% growth in same-store sales (SSS), including digital sales.

Physical stores grew 22.2% in 2Q24 versus 2Q23, due to the improvement in inventory allocation in stores during seasonality (starting May). This improvement led to an increase of 860 bps in the growth rate of June 2024 vs. June 2023, when compared to the growth in April 2024 vs. April 2023.



Net Revenue was R\$656.3 million in the quarter, up 17.2% from 2Q23. This quarter, sales growth was driven by the volume of pieces sold, which increased 10.8% in relation to 2Q23. The 7.5% increase in the Company's average price reflects the effectiveness of the product strategy and the adequate pricing policy.

Revenue per chanel (R\$, 000)	2Q24	2Q23	Δ% 24vs23	1H24	1H23	Δ% 24vs23
Gross Revenue (net of returns)	836,594	702,095	19.2%	1,411,453	1,189,594	18.6%
Physical Stores	723,547	592,335	22.2%	1,216,622	1,006,070	20.9%
Vivara Stores	555,060	482,430	15.1%	940,273	824,682	14.0%
Life Stores	161,779	99,938	61.9%	264,885	164,589	60.9%
Kioks	6,708	9,966	-32.7%	11,464	16,800	-31.8%
Digital Sales	110,069	104,590	5.2%	187,638	175,066	7.2%
Others	2,978	5,169	-42.4%	7,193	8,458	-15.0%
Deductions	(180,272)	(142,185)	26.8%	(310,541)	(238,057)	30.4%
Net Revenue	656,322	559,909	17.2%	1,100,913	951,537	15.7%
SSS (physical stores)	12.8%	4.9%	na	11.8%	6.3%	na
SSS (physical stores + digital)	11.6%	10.6%	na	10.8%	11.5%	na



This quarter, it is important to highlight the changes in the Revenue Deductions line. In the period, there was a normalization of two effects that hamper comparison of the line item in recent quarters. (i) As of 2Q24, it is possible to resume comparability related to the reclassification, carried out in 2Q23, of two taxes (UEA and ICMS DIFAL) earlier booked as "Taxes and Duties", under Selling Expenses, until 1Q23, and now are booked in Revenue Deductions line in 2Q23 onwards; (ii) In addition, in 2Q24, the Company obtained favorable legal opinion to stop recognizing the taxation on the investment subsidy benefit - effects of Federal Law 14,789/23 (former Provisional Presidential Decree (MP) 1,185), which provides for the taxation of PIS and COFINS on subsidy revenue. Thus, from 2Q24 onwards, the Company will no longer tax the effects of the new law, in line with the legal opinion rendered.

The deduction line increased 26.8% (compared to 2Q23), explained by a 130 bps increase in this line as a ratio of Net Gross Revenue from Returns. The increase in the line item is due to two main effects: (i) the lower presumed credit, deducted from ICMS expenses, which accounted for 7.4% of Gross Revenue in 2Q24 (versus 9.6% in 2Q23, atypical for a second quarter and linked to production anticipation carried out in the period); and (ii) the lower PIS and COFINS on Gross Revenue (net of returns), which decreased 10 bps and 40 bps, respectively, given the reversal of the payment of PIS and COFINS on subsidy revenue in 1Q24 (in the amount of R\$3.8 million)

In the quarter, the combination of the effects led to a difference of 200 bps in Gross Revenue growth versus Net Revenue growth (a reduction when compared to 440 bps in the comparison between 1Q24 and 1Q23).

Revenue Deductions	2Q24	2Q23	Δ% 24vs23	1S24	1S23	Δ% 24vs23
<b>Gross Revenue (net of returns)</b>	<b>836,594</b>	<b>702,095</b>	<b>19.2%</b>	<b>1,411,453</b>	<b>1,189,594</b>	<b>18.6%</b>
ICMS (VAT on Sales and Services)	(159,910)	(136,048)	17.5%	(268,926)	(229,200)	17.3%
% Gross Revenue (net of returns)	-19.1%	-19.4%	0.3 p.p.	-19.1%	-19.3%	0.2 p.p.
Subvention Revenue (ICMS)	61,774	67,060	-7.9%	102,929	108,841	-5.4%
% Gross Revenue (net of returns)	7.4%	9.6%	(2.2 p.p.)	7.3%	9.1%	(1.9 p.p.)
COFINS (Social Contribution on Billing)	(53,379)	(47,659)	12.0%	(95,240)	(81,340)	17.1%
% Gross Revenue (net of returns)	-6.4%	-6.8%	0.4 p.p.	-6.7%	-6.8%	0.1 p.p.
PIS (Contribution to the Social Integration Program)	(11,602)	(10,347)	12.1%	(20,691)	(17,659)	17.2%
% Gross Revenue (net of returns)	-1.4%	-1.5%	0.1 p.p.	-1.5%	-1.5%	0.0 p.p.
F.T.I. (Fund for Fostering Tourism, Infrastructure, Amazon Development Services and Internalization)	(5,332)	(4,589)	16.2%	(8,834)	(7,978)	10.7%
% Gross Revenue (net of returns)	-0.6%	-0.7%	0.0 p.p.	-0.6%	-0.7%	0.0 p.p.
ISS (Municipal Service Tax)	(105)	(128)	-17.6%	(223)	(247)	-10.0%
% Gross Revenue (net of returns)	0.0%	0.0%	0.0 p.p.	0.0%	0.0%	0.0 p.p.
UEA (Amazonas State University)	(5,259)	(4,714)	na	(8,701)	(4,714)	na
% Gross Revenue (net of returns)	-0.6%	-0.7%	0.0 p.p.	-0.6%	-0.4%	(0.2 p.p.)
ICMS DIFAL EC 87 (ICMS – Rate differential – Constitutional amendment 87 of 2015)	(6,459)	(5,760)	na	(10,856)	(5,760)	na
% Gross Revenue (net of returns)	-0.8%	-0.8%	0.0 p.p.	-0.8%	-0.5%	(0.3 p.p.)
<b>Net Revenue</b>	<b>656,322</b>	<b>559,909</b>	<b>17.2%</b>	<b>1,100,913</b>	<b>951,536</b>	<b>15.7%</b>



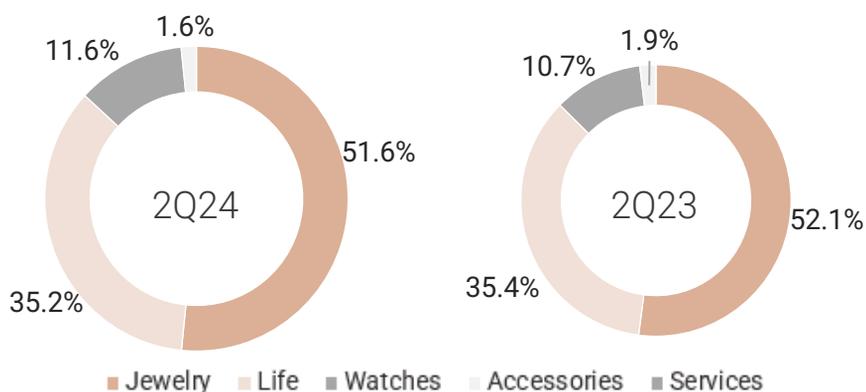
## Physical Stores

In 2Q24, the Company registered revenue of R\$723.5 million at physical stores, an increase of 22.2% year on year. Same-Store Sales (SSS) increased 12.9%, driven by the stand-alone Life stores, with SSS of 16.7%, and the significant acceleration of Vivara stores, which, despite the maturity of the channel, registered SSS growth of 12.6% - as a result of a better inventory allocation in stores in the seasonality of Mother's Day and Valentine's Day.

Breakdown by Business (R\$, 000)		2Q24	2Q23	Δ% 24vs23	1H24	1H23	Δ% 24vs23
Vivara	Number of stores	263	252	11	263	252	11
	Store rollouts	2	7	-5	6	9	-3
	Sales area (m <sup>2</sup> )	24,385	23,043	5.8%	24,385	23,043	5.8%
	Gross revenue (net of return)	555,060	482,430	15.1%	940,273	824,682	14.0%
	Sales per m <sup>2</sup>	22,762	20,936	8.7%	38,559	35,789	7.7%
Life	Number of stores	149	84	65	149	84	65
	Store rollouts	18	7	11	32	12	20
	Sales area (m <sup>2</sup> )	10,873	6,291	72.8%	10,873	6,291	72.8%
	Gross revenue (net of return)	161,779	99,938	61.9%	264,885	164,589	60.9%
	Sales per m <sup>2</sup>	14,879	15,885	-6.3%	24,362	26,161	-6.9%
Kiosk	Number of kiosks	14	21	-7	14	21	-7
	Store rollouts	0	0	0	-2	0	-2
	Sales area (m <sup>2</sup> )	86	137	-37.2%	86	137	-37.2%
	Gross revenue (net of return)	6,708	9,966	-32.7%	11,464	16,800	-31.8%
	Sales per m <sup>2</sup>	78,000	72,747	7.2%	133,297	122,628	8.7%
Total	Points of sales	426	357	69	426	357	69
	Store rollouts	20	14	6	36	21	15
	Sales area (m <sup>2</sup> )	35,344	29,471	19.9%	35,344	29,471	19.9%
	Gross revenue (net of return)	723,547	592,335	22.2%	1,216,622	1,006,070	20.9%
	Sales per m <sup>2</sup>	20,472	20,099	1.9%	34,423	34,137	0.8%

### Sale by category - Physical Stores

Sales by category at Physical Stores in the quarter were boosted by the strong performance of the Jewelry and Watches category. The Life brand maintained its share of sales at around 35%, while the Jewelry category contracted 50 bps. The Watches category increased 90 bps between the periods, as a result of an adequate assortment distribution in this category.



## VIVARA Stores



With 263 points of sale, Vivara stores registered revenue of R\$555.1 million in 2Q24, up 15.1% from 2Q23, with SSS of 12.6% (versus SSS of 7.7% in 1Q24). Despite its maturity, the channel is experiencing significant growth and continues to outperform inflation, driven by (i) a more targeted product assortment in stores, (ii) revision of clustering and product mix – especially in regions with less presence of main competitors; and (iii) the significant contribution made by the marketing strategy, which is focused on reinforcing the brand's connection with important celebrations in the lives of customers.

The cannibalization resulting from the addition of new stand-alone Life stores remains at healthy levels. The Company is constantly working to enhance sales and reduce the impact of cannibalization by adjusting the mix and display of Life brand products inside Vivara stores. In 2Q24, sales of Life products within the Vivara stores at malls where the Company has both channels declined 510 bps in relation to 2Q23. Revenue from Vivara stores at malls with both channels continues its solid growth - 11.1% in 2Q24 versus 2Q23. Excluding sales from the Life category in these Vivara stores, revenue growth is even higher, reaching 18.2% in 2Q24 year on year.

## LIFE Stores

With the strong expansion of stand-alone Life stores in recent years, the share of Life in revenue from physical stores increased significantly, currently accounting for 22.4%, up 550 bps from 2Q23. Revenue from the 149 Life stores came to R\$161.8 million in 2Q24, an increase of 61.9% YoY.

Revenue expansion is explained by the (i) the opening of 65 new stand-alone Life stores in the last 12 months, which increased sales area by 72.8% and (ii) the maturation of opened stores in the last periods (SSS + 16.7%). On the quarters to come, such channel can be maximized by portfolio diversification alongside an increase of inventory at store level.

In 2Q24, Life stores accounted for 53.0% of sales in the Life category, up 12,700 bps year on year.

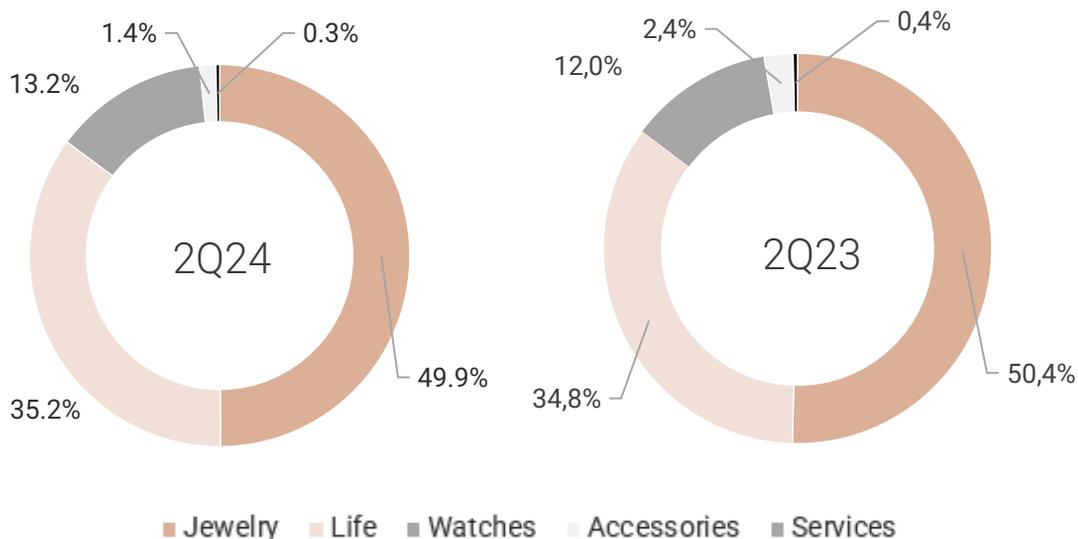
At the end of the quarter, Company reached 39 mature Life stores, whose sales increased 14.6% in relation to 2Q23, with average revenue of R\$6.1 million (LTM).



As for sales mix, the Life brand generated sales revenue of R\$294.7 million, up 20.6% from 2Q23, and increasing its share of total sales by 40 bps. This performance is mainly due to the addition of 65 new stand-alone Life stores in the last 12 months.

In 2Q24, the Jewelry category registered strong growth of 18.0% compared to the second quarter of 2023, as a result of effective inventory allocation in stores during the seasonal periods of Mother's Day and Valentine's Day. Also note the performance of the Watches category, with growth of 30.9% in 2Q24 year on year.

Revenue per product (R\$, 000)	2Q24	2Q23	Δ% 24vs23	1H24	1H23	Δ% 24vs23
Gross Revenue (net of return)	836,594	702,095	19.2%	1,411,453	1,189,594	18.6%
Jewelry	417,665	354,051	18.0%	705,858	606,594	16.4%
Life	294,740	244,484	20.6%	500,977	412,660	21.4%
Watches	110,025	84,073	30.9%	176,451	137,330	28.5%
Accessories	11,547	16,935	-31.8%	23,196	28,075	-17.4%
Services	2,619	2,550	2.7%	4,972	4,936	0.7%
Revenue Deductions	(180,272)	(142,185)	26.8%	(310,541)	(238,057)	30.4%
Net Revenue	656,322	559,909	17.2%	1,100,913	951,537	15.7%



## DIGITAL Sales

Digital sales came to R\$110.1 million, up 5.2% from 2Q23, accounting for 13.2% of total sales, reducing their share by 170 bps from the same quarter last year. This result primarily reflects the protection of pricing within the channel and lower offer of discount coupons, heavily used in the Joias em Ação program of 2023.

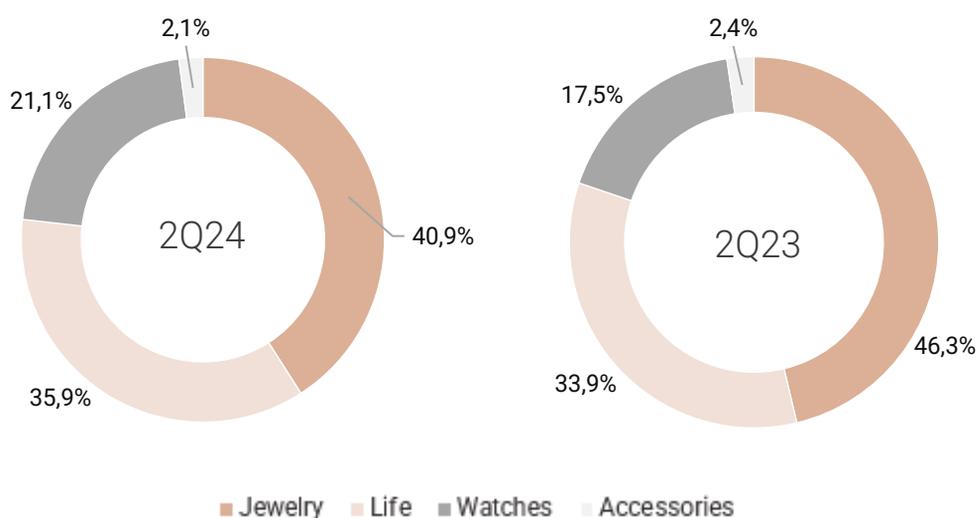
OMS sales, i.e., sales through e-commerce and invoiced by stores, accounted for 25.1% of digital sales last quarter, up 180 bps from 2Q23, reflecting the Company's investments to enable the stores function as hubs, thus offering customers greater convenience while increasing upsell opportunities by integrating the journeys.

Organic digital sales increased 24.3% in 2Q24 vs. 2Q23, attesting to the strong demand for online sales linked to our adequate logistics operation.

In 2Q24, the Watches category was the highlight in digital sales, growing its share by 360 bps, followed by the Life category, which grew 190 bps, mainly due to the higher digital presence and successful communication and marketing strategy.

In 2Q24, revenue from the Joias em Ação assisted sales program decreased by 30.2% year on year, accounting for 20.1% of total digital sales (-1,020 bps versus 2Q23), reflecting the "detoxification" of discounts promoted in the channel throughout 2023. With fewer campaigns/actions involving discounts on Jewelry, the category's share of sales naturally decreased this quarter.

Therefore, despite the decrease in share, the Jewelry category continues to have the largest share of digital sales, accounting for 40.9% in 2Q24, followed by the Life category, representing 35.9% of digital sales.



VIVARA



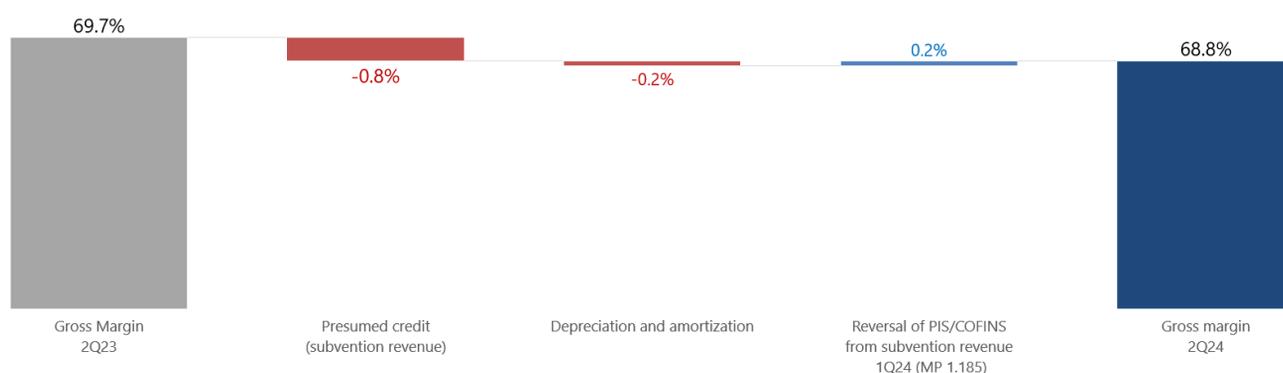
Gross Profit (R\$, 000) and Gross Margin (%)	2Q24	2Q23	Δ% 24vs23	1H24	1H23	Δ% 24vs23
<b>Gross Revenue (net of returns)</b>	<b>836,594</b>	<b>702,095</b>	<b>19.2%</b>	<b>1,411,453</b>	<b>1,189,594</b>	<b>18.6%</b>
<b>Net Revenue</b>	<b>656,322</b>	<b>559,909</b>	<b>17.2%</b>	<b>1,100,913</b>	<b>951,537</b>	<b>15.7%</b>
<b>Total costs</b>	<b>(204,561)</b>	<b>(169,811)</b>	<b>20.5%</b>	<b>(346,162)</b>	<b>(288,853)</b>	<b>19.8%</b>
% Gross Revenue	-24.5%	-24.2%	-27 bps	-24.5%	-24.3%	-24 bps
% Net Revenue	-31.2%	-30.3%	-84 bps	-31.4%	-30.4%	-109 bps
Acquisition of input, raw materials and products	(179,345)	(148,960)	20.4%	(300,338)	(250,762)	19.8%
% Gross Revenue	-21.4%	-21.2%	-22 bps	-21.3%	-21.1%	-20 bps
% Net Revenue	-27.3%	-26.6%	-72 bps	-27.3%	-26.4%	-93 bps
Factory Expenses	(25,216)	(20,851)	20.9%	(45,824)	(38,091)	20.3%
% Gross Revenue	-3.0%	-3.0%	-4 bps	-3.2%	-3.2%	-4 bps
% Net Revenue	-3.8%	-3.7%	-12 bps	-4.2%	-4.0%	-16 bps
Personal	(20,045)	(16,776)	19.5%	(35,983)	(30,576)	17.7%
Factory expenses	(1,985)	(2,365)	-16.1%	(3,523)	(4,179)	-15.7%
Depreciation	(3,186)	(1,710)	86.3%	(6,318)	(3,336)	89.4%
<b>Gross profit</b>	<b>451,761</b>	<b>390,098</b>	<b>15.8%</b>	<b>754,751</b>	<b>662,684</b>	<b>13.9%</b>
<b>Gross margin (% Net Revenue)</b>	<b>68.8%</b>	<b>69.7%</b>	<b>-84 bps</b>	<b>68.6%</b>	<b>69.6%</b>	<b>-109 bps</b>

Gross Profit in 2Q24 totaled R\$451.8 million, up 15.8% year on year, with Gross Margin of 68.8%.

This quarter, Gross Profit was affected by different effects, which pressured Gross Margin by 80 bps, affecting comparison between the periods analyzed, as detailed below:

- i. Lower Presumed Credits, impacting the comparison between the periods by 80 bps, a natural effect of the normalization of inventory flows after temporary distortions in 2023 due to the plant migration in Manaus - high presumed credits in 2Q23 was due to the anticipation of a portion of the production scheduled for the third quarter;
- ii. Effect of higher depreciation, which reduced Gross Margin by 20 bps, due to the recently completed investments at the new Manaus plant.
- iii. Reversal of R\$3.8 million related to PIS and COFINS on subsidy revenue in 1Q24, due to Federal Law 14,789 (former Provisional Presidential Decree (MP) 1,185), positively affecting gross margin by 20 bps;

After consecutive quarters of pressure on the line item, when excluding the comparability effect of presumed credit (which reached 7.4% of gross revenue net of returns in 2Q24 versus 9.6% in 2Q23), this quarter marks the resumption of the same levels of gross margin when compared to the comparative period. Therefore, excluding all the aforementioned impacts, Gross Margin for the quarter would be stable when compared to the same period of the previous year. The Company continues to work on (i) insourcing Life category's production, (ii) optimizing the portfolio and pricing, as well as (iii) better allocating inventory in stores. These factors will benefit profitability over the next quarters.



Operating Expenses (R\$, 000)	2Q24	2Q23	Δ% 24vs23	1H24	1H23	Δ% 24vs23
Operating Expenses (SG&A)	(271,338)	(233,443)	16.2%	(493,138)	(426,846)	15.5%
% Gross Revenue	-32.4%	-33.2%	82 bps	-34.9%	-35.9%	-3 bps
% Net Revenue	-41.3%	-41.7%	35 bps	-44.8%	-44.9%	7 bps
Selling Expenses <sup>1</sup>	(224,416)	(185,379)	21.1%	(399,423)	(320,492)	24.6%
% Gross Revenue	-26.8%	-26.4%	-42 bps	-28.3%	-26.9%	-136 bps
% Net Revenue	-34.2%	-33.1%	-108 bps	-36.3%	-33.7%	-260 bps
General and Administrative Expenses <sup>1</sup>	(46,922)	(48,064)	-2.4%	(93,715)	(106,354)	-11.9%
% Gross Revenue	-5.6%	-6.8%	124 bps	-6.6%	-8.9%	230 bps
% Net Revenue	-7.1%	-8.6%	143 bps	-8.5%	-11.2%	266 bps
Other Operating Expenses	81,211	55	147927.9%	77,019	(634)	12248.8%
<b>Total Operating Expenses<sup>1</sup></b>	<b>(190,126)</b>	<b>(233,388)</b>	<b>-18.5%</b>	<b>(416,118)</b>	<b>(427,480)</b>	<b>-2.7%</b>

1. Excluding Depreciation and Amortization (D&A).

To eliminate the impact of the increase in Revenue Deductions while analyzing the Company's operational efficiency in managing expenses, the following analysis will be based on expenses as a percentage of Gross Revenue (net of returns).

Operating Expenses (SG&A) in the quarter totaled R\$271.3 million, equivalent to 32.4% of Gross Revenue (net of returns), improving 80 bps compared to 2Q23.

Selling Expenses increased by 21.1%, up 40 bps from the same period of the previous year, mainly due to (i) the addition of 69 points of sale in the last 12 months, as well as the stores under maturation; (ii) the increase in payroll expenses, especially due to the commissioning regime in Life stores - a factor that was addressed throughout 2Q24, concluded at the end of June 2024, with the adjustment of the commissioning regimes in the respective stores; and (iii) the increase in termination of employment contracts in the period, as a result of the review of the organizational structure, focused on optimizing processes and resizing corporate teams.

General and Administrative (G&A) Expenses registered a dilution of 120 bps in relation to Gross Revenue (net of returns), compared to 2Q23, mainly driven by Personnel Expenses line, reflecting the optimization of the corporate structure that has been implemented in recent months, as well as the Third-party Services line, which is benefiting from the process of centralization of indirect purchases carried out in early 2024, allowing greater efficiency in managing and monitoring contracts with third parties.

Other Operating Expenses (Income) in 2Q24 recorded an income of R\$81.2 million (versus R\$55,000 in 2Q23), whose increase is explained by the recognition of PIS/COFINS credits totaling R\$82.1 million. This amount was recognized after a review of the criteria for the crediting of PIS and COFINS in the acquisition of raw materials (gold and silver) by CONIPA's operation in São Paulo, in which the opportunity to use the credits for the 60-month period prior to June 2024 (from 3Q19 to 2Q24) was identified. The Company obtained legal opinions that support the respective accounting and estimates to consume the balance in the next 12 to 15 months. Of the total R\$82.1 million recorded, R\$75.7 million refer to the period between 3Q19 and 1Q24, and R\$6.4 million refer to 2Q24. In addition to the recognition of R\$82.1 million in the Other Expenses (Income) line, the amount of R\$18.3 million was also recognized, related to the inflation adjustment of said credits at the Selic rate (whose effect was recorded in the Financial Income line for the period).



## 2Q24 | ADJUSTED EBITDA AND ADJUSTED EBITDA MARGIN

EBITDA Reconciliation (R\$, 000)	2Q24	2Q23	Δ% 24vs23	1H24	1H23	Δ% 24vs23
<b>Net Income</b>	<b>210,961</b>	<b>109,984</b>	<b>91.8%</b>	<b>246,770</b>	<b>148,555</b>	<b>66.1%</b>
<i>Net margin (%)</i>	<i>32.1%</i>	<i>19.6%</i>	<i>1250 bps</i>	<i>22.4%</i>	<i>15.6%</i>	<i>680 bps</i>
(+) Income and Social Contribution Taxes	16,433	6,616	148.4%	6,471	2,664	143.0%
(+) Financial Result	(3,495)	9,635	-136.3%	12,005	23,251	-48.4%
(+) Depreciation and Amortization	40,921	32,185	27.1%	79,704	64,070	24.4%
<b>Total EBITDA</b>	<b>264,821</b>	<b>158,420</b>	<b>67.2%</b>	<b>344,950</b>	<b>238,540</b>	<b>44.6%</b>
(-) Rental expense (IFRS16)	(28,998)	(26,006)	11.5%	(56,712)	(50,689)	11.9%
(+) Non-recurring effect	(71,737)	-	n.a.	(58,713)	2,609	n.a.
(+) Êxito de advogados e auto de infraçã	2,357	-	n.a.	7,188	2,609	n.a.
(+) Ajustes na Estrutura Organizacional	5,396	-	n.a.	5,396	-	n.a.
(-) Reversão de PIS/COFINS 1T24 (MP 1	(3,807)	-	n.a.	-	-	n.a.
(-) Crédito de PIS/COFINS na compra de	(75,683)	-	n.a.	(71,296)	-	n.a.
<b>Adjusted EBITDA</b>	<b>164,086</b>	<b>132,414</b>	<b>23.9%</b>	<b>229,525</b>	<b>190,459</b>	<b>20.5%</b>
<i>Adjusted EBITDA Margin (%)</i>	<i>25.0%</i>	<i>23.6%</i>	<i>135 bps</i>	<i>20.8%</i>	<i>20.0%</i>	<i>83 bps</i>

In 2Q24, the Company recorded Adjusted EBITDA of R\$164.1 million, with Adjusted EBITDA Margin of 25.0%. Quarterly EBITDA was adjusted by rental expense of agreements classified under IFRS/16, as well as non-recurring effects, as follows: (i) R\$2.3 million in favorable outcomes obtained by lawyers; (ii) R\$5.4 million from corporate restructuring costs related to terminations of employment contracts in the period; (iii) reversal of PIS/COFINS on subsidy revenue recorded in 1Q24 in the amount of R\$3.8 million (canceling out the positive effect that such reversal generated in 2Q24); and (iv) the accounting of PIS/COFINS in the gold and silver purchase operations between 3Q19 and 1Q24 in the amount of R\$75.7 million (canceling out the positive effect of the accounting of the portion of the amount prior to 2Q24).

After two quarters with challenging trends, 2Q24 registered a 140 bps increase in Adjusted EBITDA Margin, as a result of a more optimized G&A structure and diligent management of tax assets that contributed to the solid result for the quarter.

Note that part of the factors that still impacted profitability in 2Q24 softened in the second half of 2024: (i) the reduction in the disparity between Gross Revenue and Net Revenue; (ii) reversal of the trend in presumed credit – as a result of the acceleration of production in Manaus in the coming quarters and lower comparison base of 2H23, given the slowdown in production in the last months of 2023; and (iii) the normalization of Personnel Expenses line levels under Selling Expenses.

## 2Q24 | NET INCOME AND NET MARGIN

EBITDA Reconciliation and Net Income (R\$'000)	2Q24	2Q23	Δ% 24vs23	1H24	1H23	Δ% 24vs23
<b>Adjusted EBITDA</b>	<b>164,086</b>	<b>132,414</b>	<b>23.9%</b>	<b>229,525</b>	<b>190,459</b>	<b>20.5%</b>
<i>Adjusted EBITDA Margin (%)</i>	<i>25.0%</i>	<i>23.6%</i>	<i>135 bps</i>	<i>20.8%</i>	<i>20.0%</i>	<i>83 bps</i>
(-) Rental expense (IFRS16)	28,998	26,006	11.5%	56,712	50,689	11.9%
(-) Non-recurring effects	71,737	-	-	58,713	(2,609)	2350.7%
(+) Depreciation and Amortization	(40,921)	(32,185)	27.1%	(79,704)	(64,070)	24.4%
(+) Financial Result	3,495	(9,635)	-136.3%	(12,005)	(23,251)	-48.4%
(+) Income and Social Contribution Taxes	(16,433)	(6,616)	148.4%	(6,471)	(2,664)	143.0%
<b>Net Income</b>	<b>210,961</b>	<b>109,984</b>	<b>91.8%</b>	<b>246,770</b>	<b>148,555</b>	<b>66.1%</b>
<i>Net Income Margin (%)</i>	<i>32.1%</i>	<i>19.6%</i>	<i>1250 bps</i>	<i>22.4%</i>	<i>15.6%</i>	<i>680 bps</i>

The Company registered Net Income of R\$211.0 million in the quarter and Net Margin of 32.1%. Although benefiting from the PIS/COFINS credits on the acquisition of raw materials - an effect of R\$100.4 million in the quarter, of which R\$82.1 million was recorded in Other Expenses (Income) line and R\$18.3 million in Financial Income line - the quarter's result reflects a solid operating performance, combined with the increase in depreciation and amortization levels given investments made in the new Manaus plant until the end of 2023.

Investments (R\$, 000)	2Q24	2Q23	Δ% 24vs23	1H24	1H23	Δ% 24vs23
<b>Total Capex</b>	<b>38,179</b>	<b>47,257</b>	<b>-19.2%</b>	<b>73,497</b>	<b>91,293</b>	<b>-19.5%</b>
New Stores	16,358	11,710	39.7%	35,434	27,137	30.6%
Reforms and Maintenance	3,750	9,783	-61.7%	7,269	21,669	-66.5%
Factory	3,612	12,212	-70.4%	7,359	21,316	-65.5%
Systems/IT	12,999	8,724	49.0%	19,501	13,008	49.9%
Others	1,461	4,828	-69.7%	3,933	8,163	-51.8%
<b>CAPEX/Net Revenue (%)</b>	<b>5.8%</b>	<b>8.4%</b>	<b>-262 bps</b>	<b>6.7%</b>	<b>9.6%</b>	<b>-292 bps</b>

In 2Q24, investments totaled R\$38.2 million, down 19.2% from 2Q23, explained by: (i) lower investments in the plant, due to the completion of the implementation of the new plant in December 2023; and (ii) fewer renovations in the quarter. The New Stores line increased 39.7%, due to the inauguration of 2 Vivara stores and 18 Life stores in the quarter, while the Systems/IT line increased 49.0%, due to investments in IT systems, primarily related to the second phase of the SAP S/4HANA implementation project.

## 2Q24 | DEBT

Net Debt (R\$, 000)	1H24	2023	Δ %
<b>Gross Debt</b>	<b>233,638</b>	<b>271,463</b>	<b>-13.9%</b>
Short Term	126,079	111,463	13.1%
Long Term	107,559	160,000	-32.8%
Cash and cash equivalents and Securities	341,860	304,490	12.3%
<b>Net Cash</b>	<b>108,222</b>	<b>33,026</b>	<b>227.7%</b>
Adjusted EBITDA LTM ( <i>last twelve months</i> )	510,343	479,598	6.4%
Net Cash/Adjusted EBITDA	0.2x	0.1x	na

Gross Debt decreased by 13.9% compared to December 2023 due to the repayment of R\$50.0 million in debt due in February 2024. Net cash totaled R\$108.2 million, driven by operating cash generation in the period.

## 2Q24 | CASH GENERATION

Cash Flow (R\$, 000)	2Q24	2Q23	Δ% 24vs23	1H24	1H23	Δ% 24vs23
Net Income	210,961	109,983	91.8%	246,770	148,555	66.1%
(+/-) Income and Social Contribution Taxes/Others	(67,399)	18,821	-458.1%	(66,363)	24,268	-373.5%
Adjusted Net Income	143,563	128,804	11.5%	180,406	172,823	4.4%
Working Capital	(32,072)	(106,809)	-70.0%	76,648	(142,788)	153.7%
Trade receivables	(86,980)	(88,334)	-1.5%	96,214	59,928	60.5%
Inventories	(43,863)	(48,773)	-10.1%	(103,098)	(142,008)	-27.4%
Trade payables	66,988	35,149	90.6%	107,400	69,661	54.2%
Recoverable taxes	17,134	(13,723)	224.9%	42,290	(17,190)	346.0%
Taxes payable	12,136	(72)	16878.3%	(32,103)	(65,523)	-51.0%
Other assets and liabilities	2,513	8,944	-71.9%	(34,054)	(47,656)	-28.5%
<b>Cash from Management Operating Activities</b>	<b>111,491</b>	<b>21,995</b>	<b>406.9%</b>	<b>257,054</b>	<b>30,035</b>	<b>755.8%</b>
Capex	(38,179)	(47,257)	-19.2%	(73,497)	(91,293)	-19.5%
<b>Free Cash Generation <sup>1</sup></b>	<b>73,312</b>	<b>(25,262)</b>	<b>390.2%</b>	<b>183,557</b>	<b>(61,258)</b>	<b>399.6%</b>

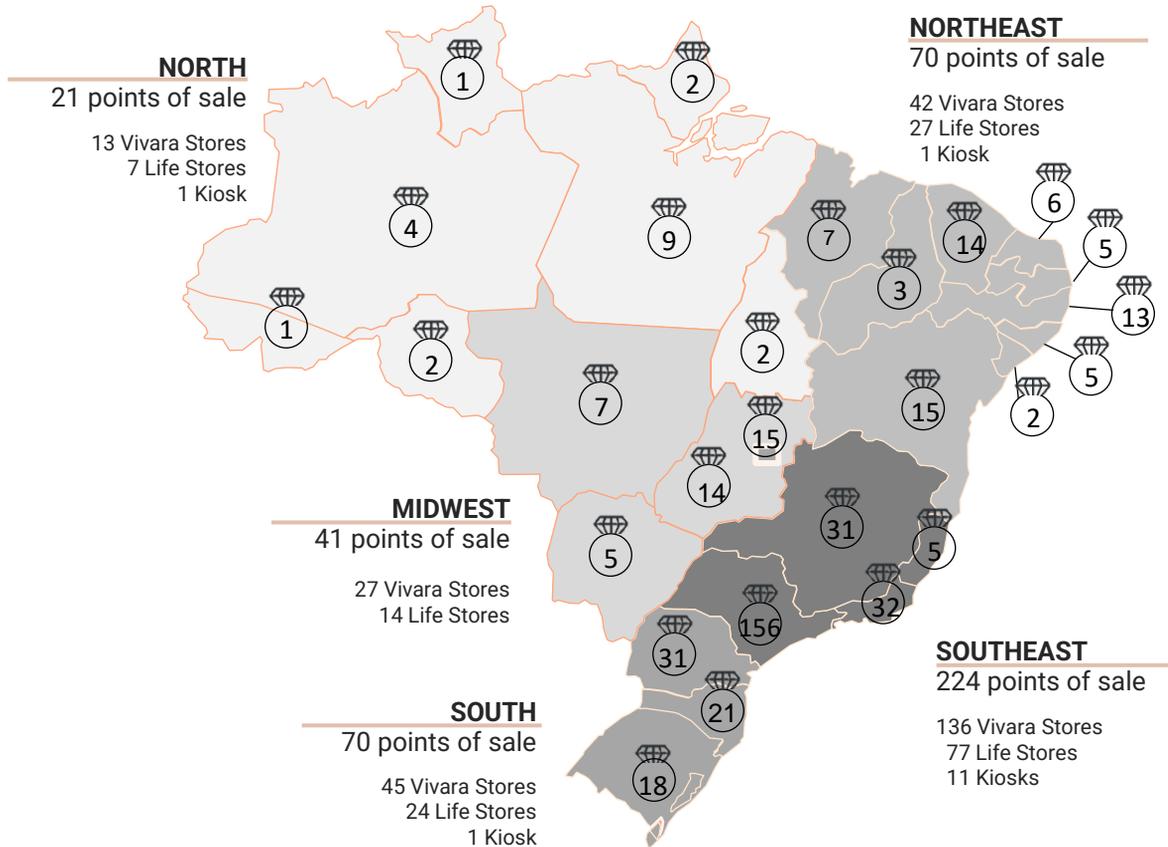
(1) This is a managerial, non-accounting measurement prepared by the Company, which does not come under the scope of independent audit.

In 2Q24, the Company generated operating cash of R\$111.5 million, 5 times more than in 2Q23. Free cash generation reached R\$73.3 million, mainly driven by the recovery of credits generated by the approval, in November, of the interdependence regime whereby Tellerina started using ICMS credits generated by Conipa in the state of São Paulo.

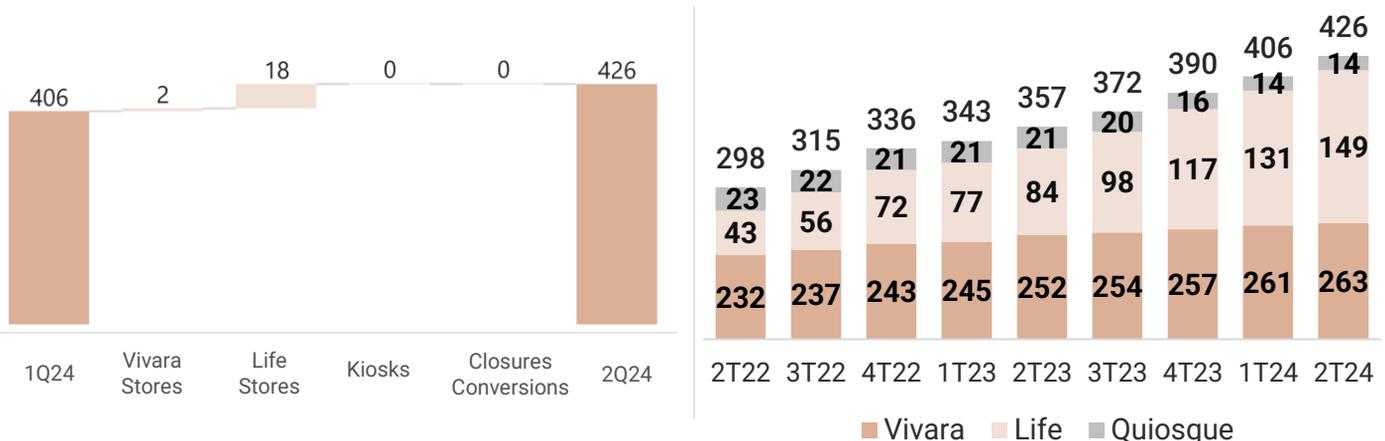
The Company ended June with 426 points of sale in operation, which included 263 Vivara stores, 149 Life stores and 14 kiosks, with total sales area of 35,343.7 square meters.

In the period from April to June, the Company opened 20 new stores (2 Vivara and 18 Life), adding 1,459 square meters of sales area, maintaining its accelerated pace of expansion.

Currently, 52.6% of Company stores are located in Southeast Brazil, though its units are present in all regions of the country. Vivara and Life stores are present in all the regions of Brazil, though 51.7% are located in the Southeast region (for both Vivara and Life).



2Q24 EXPANSION



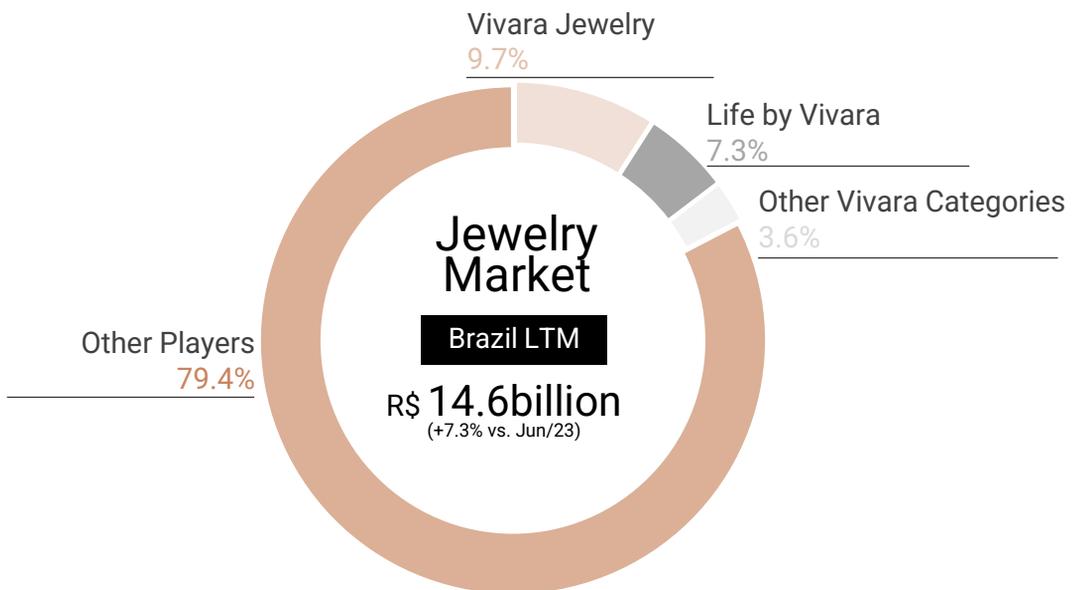
- 2H24 - The Company begins the second half of the year optimistic about the continuation of projects and implementation of operational strategies that will contribute to a solid performance in 2024 in terms of growth, profitability expansion and continued cash generation.

With the founder's arrival as the new Chairman of the Board, the Company has implemented important changes, taking advantage of his expertise in the jewelry sector, to promote a recovery of principles that have always characterized the business model of fine jewelry and have been present in Vivara's DNA since its founding. These measures enhance existing competitive advantages, review processes and policies that needed adjustment and pave the way for an even more promising trajectory of success. Despite the short period of time, a reversal of the trend of recent quarters can already be noted, with emphasis on the better allocation of inventory in stores in the months of May and June. In the last month of the quarter, the Company reached the mark of 27.1% growth versus June 23 (8.6 p.p. above the growth of April 24 versus the same month of the previous year), which reinforces the trajectory of accelerated growth and the outlook for the coming months of the year. Below, the main measures implemented are highlighted:

- (i) **PRODUCT AND INVENTORY ALLOCATION:** On the product front, the focus is on recovering the essence of Vivara and its collections, which will allow not only to sustain higher sales, but also to create synergies in several business areas. It is important to highlight the great potential for increasing sales at Vivara stores, as already demonstrated in the reported quarter (especially in June) through better distribution and allocation of product assortment. At Life, the focus will be on increasing the variety of its inventory, in order to maximize its sales potential. In addition, the Company has invested in improving S&OP processes, in order to allow for better allocation and distribution of inventory, gaining efficiency and seeking to unlock sales potential in the medium term.
- (ii) **PLANT:** Since April, the Company has been accelerating production in Manaus of both gold and Life jewelry, achieving high productivity rates in its production lines. The additional speed will be essential for capturing the gains from the product strategy. In addition, the Company has reinforced its factory staff to accelerate the internalization of Life category production, which will contribute to expanding profitability in the short and long term.
- (iii) **ORGANIZATIONAL STRUCTURE AND OPERATIONAL EFFICIENCIES:** after reviewing processes and redesigning the organizational structure and capturing operational synergies, the Company begins the second half of the year with a leaner and more responsive structure, allowing the acceleration of its operational leverage. The main initiatives include:
  - i. Automation of processes and centralization of indirect purchasing teams
  - ii. Resizing of corporate areas, with a focus on increasing technical quality in key processes
  - iii. Diligent review of payroll
  - iv. Redesign of more robust C-Level chairs, contributing to a more dynamic environment and better internal communication
- (iv) **NEW STORE LAYOUTS:** Opening of new Vivara and Life Store models, with a focus on greater display of pieces and collections, promoting greater internal customer circulation and agility in sales.

- Expansion – The Company opened 2 new Vivara stores and 18 new Life stores, underscoring its commitment to accelerating growth through organic expansion of the Vivara and Life brands. We expect the pace to continue throughout 2024 and surpass the number of inaugurations in 2023, with the opening of 70 to 80 stores by the end of the year.
- Market Share – The Company ended 2Q24 with 20.6% share of Brazil's jewelry market, with Vivara accounting for 9.7%, Life 7.3% and other categories 3.6%. This result reflects the strong expansion of physical stores and the right strategy of launches of collections and products combined with an efficient management of mix and price. For 2024, the Company remains confident in retaining and further expanding its market leadership by increasingly strengthening its infrastructure and growth projects.

## MARKET SHARE



Source: Company. Considers Vivara's total revenue, not excluding watches and accessories. LTM June 2024.

*Life*  
VIVARA



Financial Statements (R\$, '000)	2Q24	2Q23	Δ% 24vs23	1H24	1H23	Δ% 24vs23
<b>Sales Gross Revenue</b>	<b>999,960</b>	<b>844,523</b>	<b>18.4%</b>	<b>1,720,718</b>	<b>1,453,788</b>	<b>18.4%</b>
<b>Service Gross Revenue</b>	<b>2,619</b>	<b>2,550</b>	<b>2.7%</b>	<b>4,972</b>	<b>4,936</b>	<b>0.7%</b>
Exchange and Return	(180,272)	(142,185)	26.8%	(310,541)	(238,057)	30.4%
Gross Revenue Deductions	(165,984)	(144,978)	14.5%	(314,236)	(269,130)	16.8%
<b>Net Revenue</b>	<b>656,322</b>	<b>559,909</b>	<b>17.2%</b>	<b>1,100,913</b>	<b>951,537</b>	<b>15.7%</b>
(-) Cost of Sold Goods	(201,375)	(168,101)	19.8%	(339,844)	(285,517)	19.0%
(-) Depreciation and Amortization	(3,186)	(1,710)	86.3%	(6,318)	(3,336)	89.4%
<b>(=) Gross Profit</b>	<b>451,761</b>	<b>390,098</b>	<b>15.8%</b>	<b>754,751</b>	<b>662,684</b>	<b>13.9%</b>
<b>(-) Operating Expenses</b>	<b>(227,862)</b>	<b>(263,862)</b>	<b>-13.6%</b>	<b>(489,505)</b>	<b>(488,214)</b>	<b>0.3%</b>
<b>Sales</b>	<b>(224,416)</b>	<b>(185,379)</b>	<b>21.1%</b>	<b>(399,423)</b>	<b>(320,492)</b>	<b>24.6%</b>
Personal	(125,089)	(99,056)	26.3%	(217,563)	(160,892)	35.2%
Rentals and common area maintenance fees	(25,544)	(19,316)	32.2%	(43,328)	(34,346)	26.2%
Lease discounts	-	-	n.a	-	-	n.a
Freight	(8,457)	(9,817)	-13.8%	(16,014)	(17,045)	-6.0%
Commission on credit cards	(16,396)	(14,190)	15.5%	(27,588)	(23,736)	16.2%
Outsourced services	(6,868)	(6,674)	2.9%	(14,522)	(11,211)	29.5%
Marketing/selling expenses	(26,565)	(23,971)	10.8%	(49,933)	(44,556)	12.1%
Other selling expenses	(15,497)	(12,355)	25.4%	(30,474)	(28,706)	6.2%
<b>General and Administratives</b>	<b>(46,922)</b>	<b>(48,064)</b>	<b>-2.4%</b>	<b>(93,715)</b>	<b>(106,354)</b>	<b>-11.9%</b>
Personal	(24,639)	(25,464)	-3.2%	(47,616)	(53,821)	-11.5%
Rentals and common area maintenance fees	(94)	(137)	-32.0%	(538)	(334)	60.9%
Outsourced services	(12,672)	(15,471)	-18.1%	(26,124)	(33,361)	-21.7%
Other General and Administratives expenses	(9,517)	(6,992)	36.1%	(19,437)	(18,838)	3.2%
Depreciation and Amortization	(37,735)	(30,475)	23.8%	(73,387)	(60,734)	20.8%
Share of profit (loss) of subsidiaries	-	-	n.a	-	-	n.a
Other Operating Expenses (Revenues)	81,211	55	147927.9%	77,019	(634)	-12248.8%
<b>(=) Profit (Losses) Before Financial Results</b>	<b>223,900</b>	<b>126,236</b>	<b>77.4%</b>	<b>265,246</b>	<b>174,470</b>	<b>52.0%</b>
<b>(=) Financial Result</b>	<b>3,495</b>	<b>(9,635)</b>	<b>-136.3%</b>	<b>(12,005)</b>	<b>(23,251)</b>	<b>-48.4%</b>
Financial Income (Expenses), net	27,912	9,212	203.0%	35,889	18,647	92.5%
Finance costs, net	(24,417)	(18,848)	29.5%	(47,894)	(41,898)	14.3%
<b>(=) Operating Income</b>	<b>227,394</b>	<b>116,600</b>	<b>95.0%</b>	<b>253,241</b>	<b>151,219</b>	<b>67.5%</b>
Income and Social Contribution Taxes	(16,433)	(6,616)	148.4%	(6,471)	(2,664)	143.0%
<b>(=) Net Income</b>	<b>210,961</b>	<b>109,984</b>	<b>91.8%</b>	<b>246,770</b>	<b>148,555</b>	<b>66.1%</b>

Balance Sheet (R\$, 000)	1H24	2023	Δ%
<b>CURRENT ASSETS</b>			
Cash and cash equivalents	274,119	221,495	23.8%
Securities	67,741	82,995	-18.4%
Trade receivables	734,685	830,832	-11.6%
Inventories	884,935	782,706	13.1%
Recoverable taxes	139,206	118,353	17.6%
Prepaid expenses and other receivables	19,633	20,198	-2.8%
<b>Total current assets</b>	<b>2,120,319</b>	<b>2,056,580</b>	<b>3.1%</b>
<b>NONCURRENT ASSETS</b>			
Securities	-	-	na
Escrow deposits	24,367	23,899	2.0%
contribution	267,198	222,152	20.3%
Derivatives	7,232	-	na
Prepaid expenses and other credits	915	-	na
Recoverable taxes	152,682	114,022	33.9%
Property, plant and equipment	798,606	765,746	4.3%
Intangible assets	72,756	59,191	22.9%
<b>Total noncurrent assets</b>	<b>1,323,756</b>	<b>1,185,010</b>	<b>11.7%</b>
<b>TOTAL ASSETS</b>	<b>3,444,075</b>	<b>3,241,590</b>	<b>6.2%</b>
<b>CURRENT LIABILITIES</b>			
Suppliers	110,145	73,629	49.6%
Suppliers Agreement	100,404	29,519	240.1%
Borrowings and financing	126,079	111,463	13.1%
Investments - equity deficiency	-	-	na
Due to related parties	-	-	na
Payroll and related taxes	102,690	117,859	-12.9%
Taxes payable	82,613	85,081	-2.9%
Leases payable	17,880	17,663	1.2%
Derivatives	-	7,216	-100.0%
Leasing liabilities	68,404	70,059	-2.4%
Interest on capital	2	2	-12.2%
Dividends payable	5	87,699	-100.0%
Other payables	83,840	95,397	-12.1%
<b>Total current liabilities</b>	<b>692,061</b>	<b>695,587</b>	<b>-0.5%</b>
<b>NONCURRENT LIABILITIES</b>			
Derivatives	-	-	na
Borrowings and financing	107,559	160,000	-32.8%
Provision for civil, labor and tax risks	14,633	14,574	0.4%
Leasing liabilities	449,604	432,625	3.9%
Other payables	6,208	5,082	22.1%
<b>Total noncurrent liabilities</b>	<b>578,004</b>	<b>612,281</b>	<b>-5.6%</b>
<b>EQUITY</b>			
Capital	1,105,381	1,105,381	0.0%
Legal reserve	1,143,390	896,618	27.5%
Earnings reserves	-	-	na
Treasury Stocks	(28,923)	(24,176)	19.6%

Cash Flow (R\$, '000)	2Q24	2Q23	Δ% 24vs23	1H24	1H23	Δ% 24vs23
<b>Net Income</b>	<b>210,961</b>	<b>109,983</b>	<b>91.8%</b>	<b>246,770</b>	<b>148,555</b>	<b>66.1%</b>
Adjust of Net Income	(23,596)	62,526	-137.7%	30,840	111,730	-72.4%
<b>Adjusted profit for the year</b>	<b>187,365</b>	<b>172,510</b>	<b>8.6%</b>	<b>277,610</b>	<b>260,286</b>	<b>6.7%</b>
Increase (decrease) in operating assets and liabilities:						
Trade receivables	(86,980)	(88,334)	1.5%	96,214	59,928	60.5%
Inventories	(43,863)	(48,773)	10.1%	(103,098)	(142,008)	27.4%
Trade payables	66,988	35,149	90.6%	107,400	69,661	54.2%
Recoverable taxes	17,134	(13,723)	224.9%	42,290	(17,190)	346.0%
Taxes payable	12,136	(72)	16878.3%	(32,103)	(65,523)	51.0%
Other assets and liabilities	2,513	8,944	-71.9%	(34,054)	(47,656)	28.5%
<b>Cash provided by operating activities</b>	<b>155,294</b>	<b>65,701</b>	<b>136.4%</b>	<b>354,257</b>	<b>117,498</b>	<b>201.5%</b>
Income tax and social contribution paid	(15,446)	(14,060)	-9.9%	(21,910)	(20,126)	-8.9%
Paid interest on borrowing and financing	-	(5,378)	100.0%	(10,444)	(11,849)	11.9%
Interest paid on leasing liabilities	(14,169)	(8,652)	-63.8%	(28,276)	(21,231)	-33.2%
<b>Net cash provided by operating activities</b>	<b>125,678</b>	<b>37,611</b>	<b>234.1%</b>	<b>293,628</b>	<b>64,292</b>	<b>356.7%</b>
Treasury stocks	(6,973)	(0)	na	(6,973)	(6,117)	-14.0%
Property, plant and equipment	(25,125)	(38,354)	34.5%	(54,256)	(78,356)	30.8%
Intangible assets	(13,054)	(8,903)	-46.6%	(19,241)	(12,937)	-48.7%
Others	29,454	69,275	-57.5%	19,058	76,722	-75.2%
<b>Cash Flow from Investments</b>	<b>(15,699)</b>	<b>22,018</b>	<b>-171.3%</b>	<b>(61,411)</b>	<b>(20,688)</b>	<b>-196.8%</b>
Interest on capital / Dividends paid	(87,693)	(85,701)	na	(87,693)	(85,701)	-2.3%
Borrowings and financings	(4,183)	(0)	na	(50,070)	(2,500)	-1902.8%
Righ-of-use leases	(14,187)	(15,616)	9.2%	(36,574)	(34,257)	-6.8%
Others	-	(1,316)	100.0%	(5,256)	(2,722)	na
<b>Cash flow from financing activities</b>	<b>(106,063)</b>	<b>(102,633)</b>	<b>-3.3%</b>	<b>(179,592)</b>	<b>(125,180)</b>	<b>-43.5%</b>
<b>INCREASE (DECREASE) IN CASH AND CASH EQUIV.</b>	<b>3,916</b>	<b>(43,004)</b>	<b>109.1%</b>	<b>52,624</b>	<b>(81,576)</b>	<b>164.5%</b>
Opening balance of cash and cash equivalents	270,203	121,464		221,495	160,036	
Closing balance of cash and cash equivalents	274,119	78,460		274,119	78,460	

- **Adjusted EBITDA and Adjusted EBITDA Margin** - Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization (EBITDA) is a non-accounting measurement disclosed by the Company in compliance with CVM Instruction 527/12. The above calculation is adjusted to eliminate non-recurring effects from the result and, to improve comparison, the effects from the adoption of CPC 06/IFRS 16, which came into effect on January 1, 2019, are also excluded, resulting in Adjusted EBITDA. Non-recurring effects are characterized by one-time effects on the Company's result. Since these amounts are not a recurring portion of the result, the Company chooses to make the adjustment so that Adjusted EBITDA considers only recurring numbers. The Company uses Adjusted EBITDA as a measure of performance for managerial purposes and for comparisons with peers.
- **Net Debt** - The Net Debt shown here is the result of the sum of short- and long-term loans in Current Liabilities and Non-Current Liabilities of the Company, subtracted from the sum of Cash and Cash Equivalents and Securities under the Current Assets and Non-Current Assets of the Company.
- The Company believes that the **Net Debt/Adjusted EBITDA** ratio helps in assessing its leverage and liquidity. **LTM Adjusted EBITDA** is the sum of EBITDA in the last 12 months and is also an alternative to operational cash generation.
- **Adjusted EBITDA, Net Debt, Net Debt/LTM Adjusted EBITDA and Operational Cash Generation** presented in this release are not profitability measures as per the accounting practices adopted in Brazil and do not represent the cash flow during the periods and, hence, should not be considered alternative measures to results or cash flows.
- **Operating Cash Generation** shown here is a managerial measurement, resulting from the cash flow from operating activities presented in the Statement of Cash Flow (adjusted by "Lease of Right-of-Use Assets," which, after the adoption of CPC 06 / IFRS 16, is booked in the Statement of Cash Flow under financing activities.

## DISCLAIMER

The statements contained in this release related to the business outlook, operating and financial projections and growth prospects of Vivara S.A. are merely projections and as such are based exclusively on the expectations of the Company's management concerning the future of the business. Such forward-looking statements depend substantially on changes in market conditions, the performance of the Brazilian economy, the industry and international markets and are, therefore, subject to change without prior notice. All variations shown here are calculated based on numbers in thousands of reais, as well as rounded figures.

This report includes accounting and non-accounting data, such as pro forma operating and financial information and projections based on expectations of the Company's Management. Note that the non-accounting figures have not been reviewed by the Company's independent auditors.

## INVESTOR RELATIONS

Otavio Lyra – Chief Executive and Chief Financial Officer  
Caio Barbuto – Investor Relations Manager

Email: [ri@vivara.com.br](mailto:ri@vivara.com.br)

VIVARA

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