



VIVARA

1T25 • VIDEOCONFERÊNCIA DE

RESULTADOS

PRINCIPAIS MENSAGENS

CRESCIMENTO CONSISTENTE

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

FORTE EXPANSÃO DE RENTABILIDADE

- EBITDA Ajustado de R\$ 101,1 milhões (+54,4% YoY) com margem de 18,8% | expansão de 4,1p.p. YoY
- Lucro Líquido de R\$ 115,0 milhões (+221,3% YoY) com margem de 21,4% | expansão de 13,4p.p. YoY

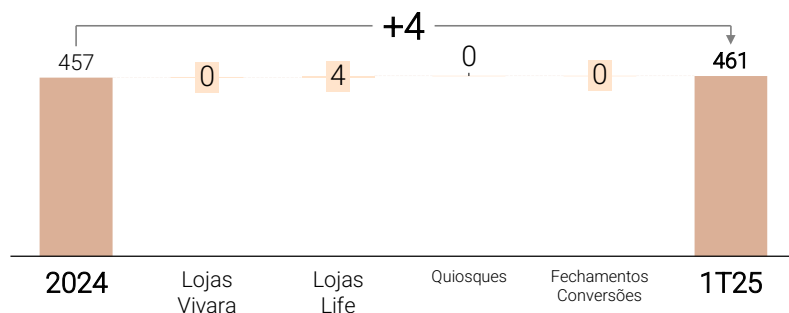
EVOLUÇÃO FABRIL

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

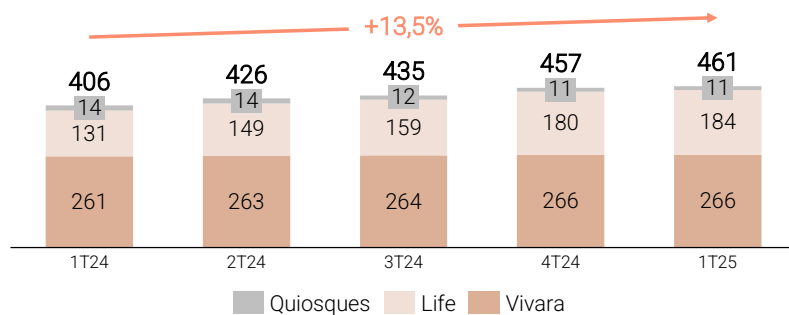


EXPANSÃO 1T25

EVOLUÇÃO DOS
PONTOS DE VENDA
Trimestre



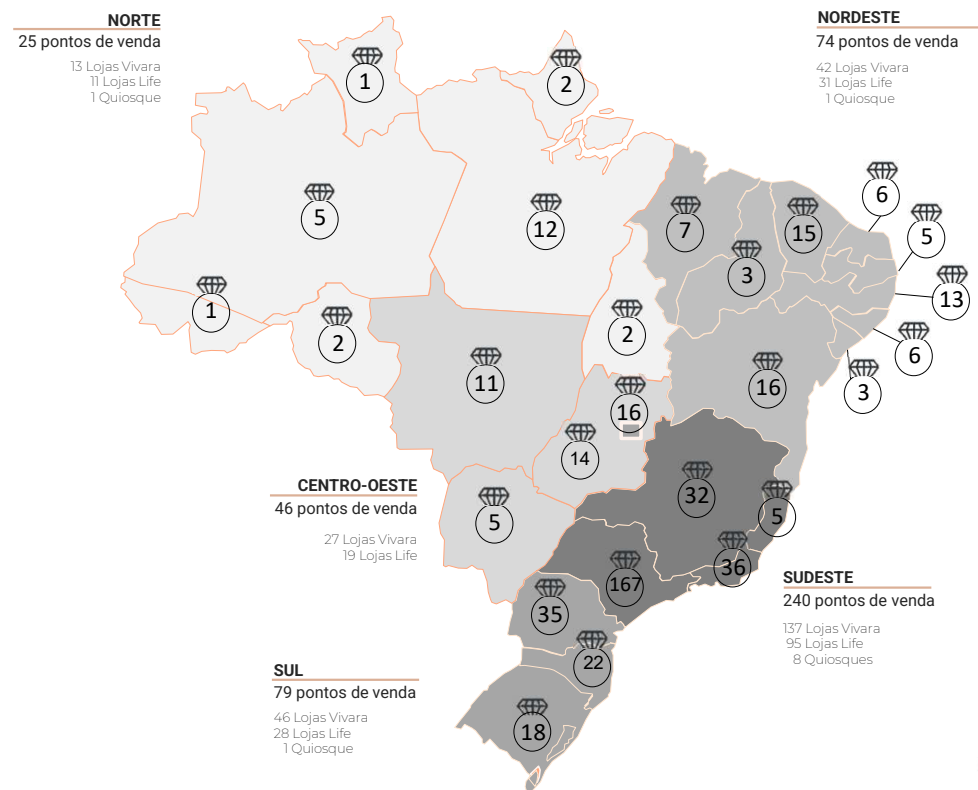
EVOLUÇÃO DOS
PONTOS DE VENDA
Últimos 12 meses



INTERNACIONAL: 1 loja (Panamá) | Projeto Piloto

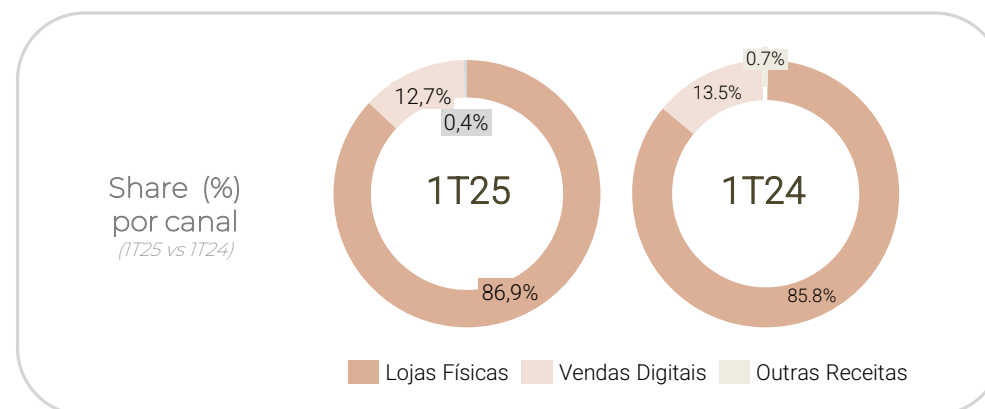


BRASIL: 460 pontos de venda | Presença em 100% dos estados brasileiros



RECEITA

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



LOJAS LIFE

R\$ 135,1 MM

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

6,3%

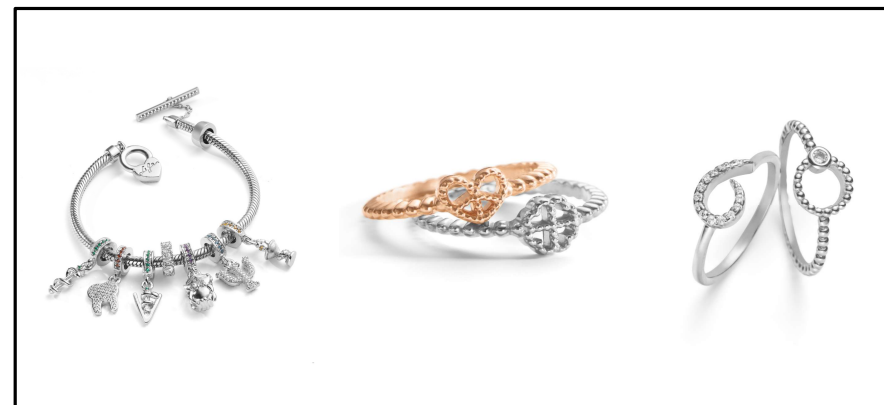
Same Store Sales

57,9%

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

77 lojas maduras

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



LOJAS VIVARA

R\$ 435,4 MM

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

11,3%

Same Store Sales

+14,2%

crescimento da
categoria de Joias
vs 1T24

266

lojas



DIGITAL

R\$ 84,2 MM

Receita Bruta (líq. de dev)

8,6%

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

12,8%

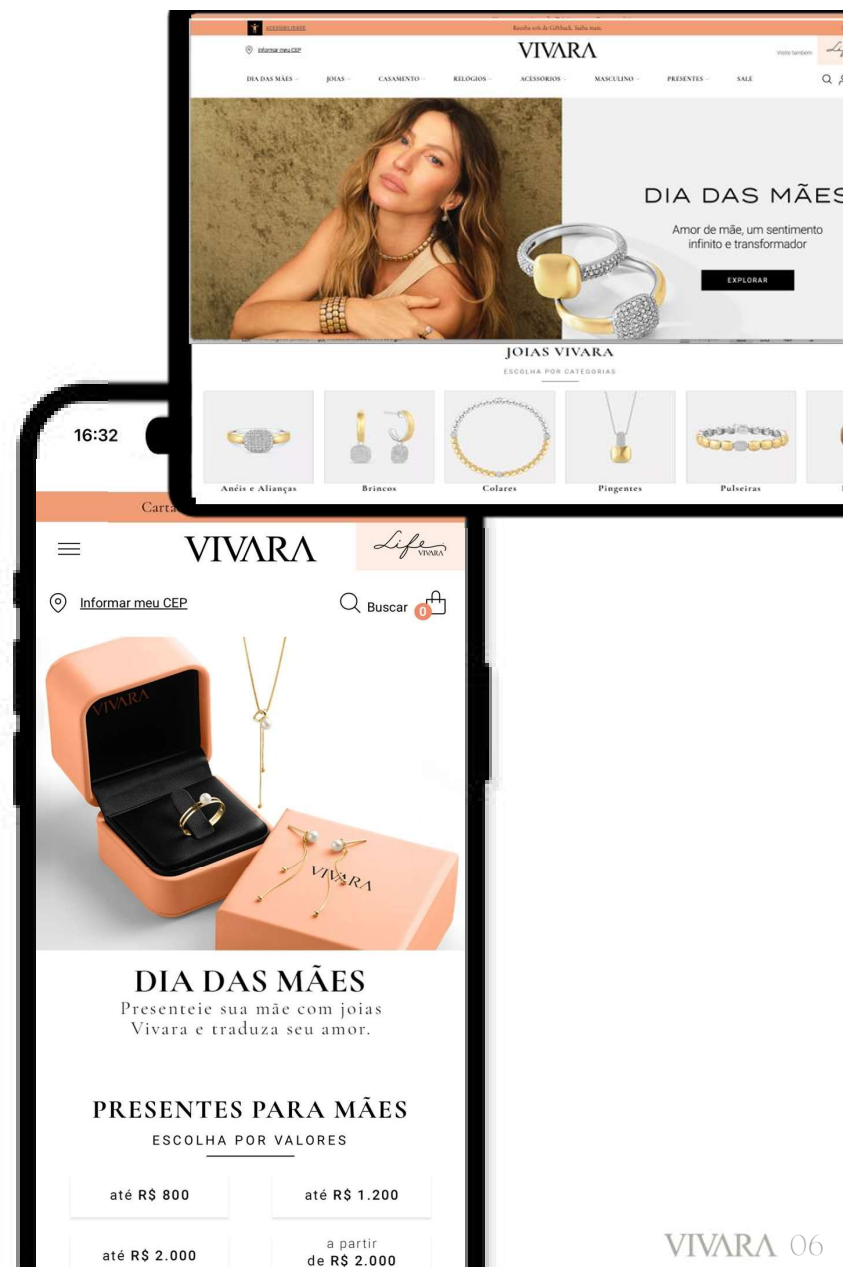
Participação nas vendas
totais

40,2%

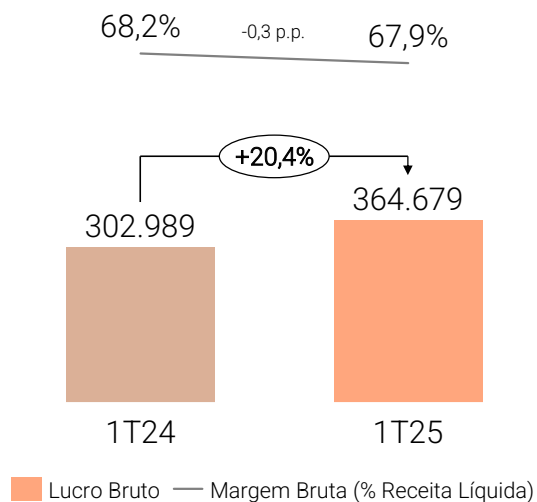
Participação da categoria
Life no mix de vendas

+24,5%

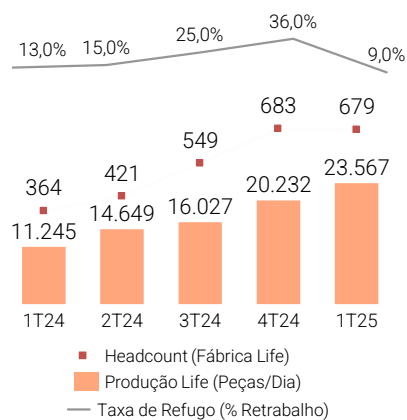
Crescimento das vendas
OMS



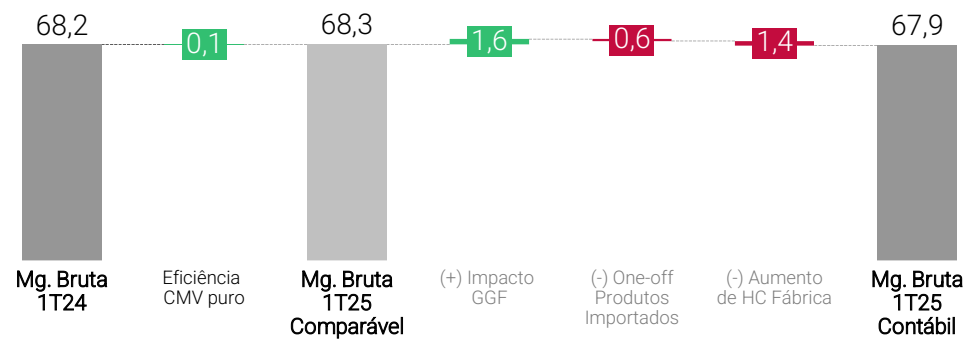
LUCRO BRUTO & MARGEM BRUTA



KPIs Fábrica Life



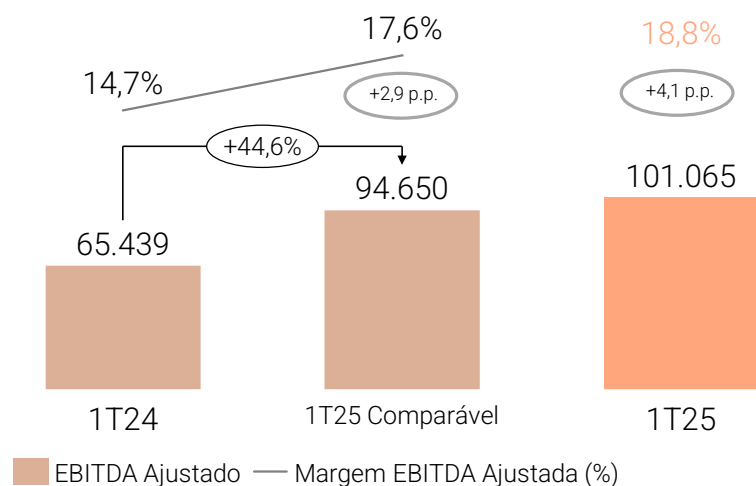
Bridge Mg. Bruta



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

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

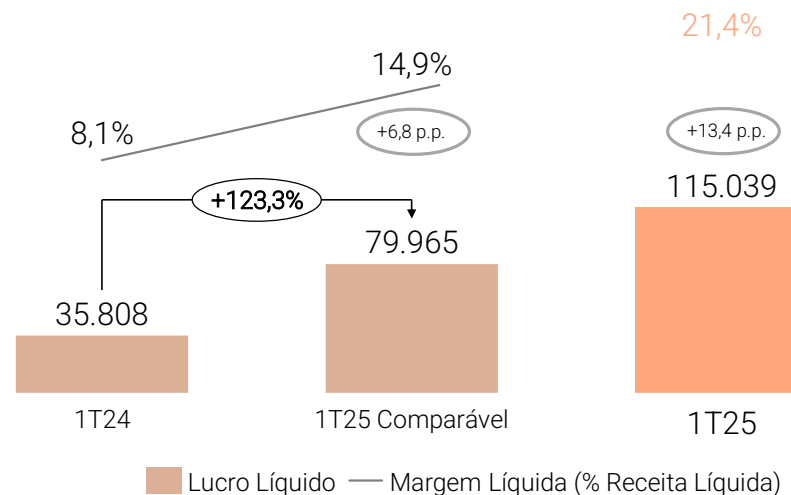
EBITDA AJUSTADO & MARGEM EBITDA AJUSTADA



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

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

LUCRO LÍQUIDO & MARGEM LÍQUIDA



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

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

OUTROS DESTAQUES FINANCEIROS 1T25

CAPEX

R\$ 19,7 milhões

-44,3%% vs 1T24

Reflexo da maior eficiência na alocação do capital

CAIXA

OPERACIONAL

Consumo de R\$ 173,6 milhões

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

ENDIVIDAMENTO BRUTO

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

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

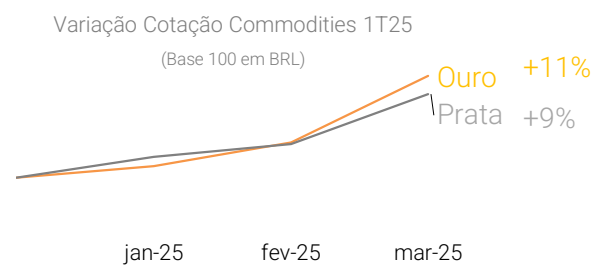
Dívida Líquida /EBITDA ajustado em 0,4x

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



DINÂMICA DE ESTOQUE

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



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

INICIATIVAS PARA OTIMIZAÇÃO DO ESTOQUE

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

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

PERSPECTIVA

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

PERSPECTIVAS

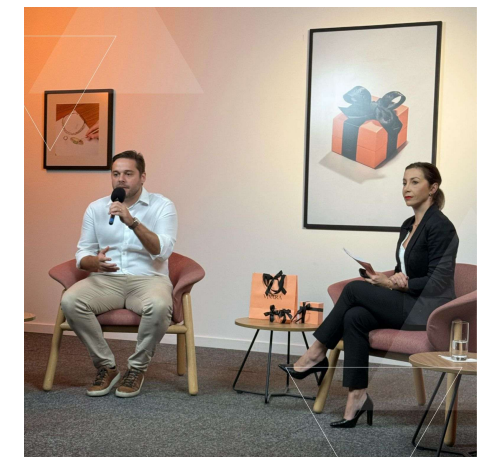
2025

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

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

SAZONALIDADE 2T25

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



VIVARA

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

ANEXO | INDICADORES FINANCEIROS

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

1. Após IR, juros e arrendamentos.

ANEXO | Conciliação Saldos Comparáveis

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

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

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

2. **Mudança na contabilização do Imposto de Renda Diferido:** No exercício de 2024, a Companhia revisou os cálculos do imposto de renda diferido sobre os lucros não realizados nos estoques das operações entre suas controladas, passando a utilizar a taxa nominal do Imposto de Renda Pessoa Jurídica (IRPJ) e da Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL) no Brasil, equivalente a 34%, à luz do CPC 32 – Tributos sobre o Lucro. Anteriormente a Companhia utilizava a taxa média efetiva consolidada para calcular o imposto diferido. No entanto, com base na revisão realizada à luz do CPC 32 – Tributos sobre o Lucro, concluiu-se que a adoção da taxa nominal garantiria uma melhor apresentação da consolidação contábil do Grupo, alinhada às práticas contábeis aplicáveis.



VIVARA

CONFERENCE

1Q25 • CALL

KEY MESSAGES

CONSISTENT GROWTH

- Gross Revenue (net of returns) up **14.9%** vs. 1Q24, driven by same store sales (SSS) of **10.1%** in the period and better results in digital channel.
- Net Revenue increased **20.8%**, due the higher production volume in Manaus compared to the same quarter last year (presumed ICMS credit)

STRONG EXPANSION OF RENTABILITY

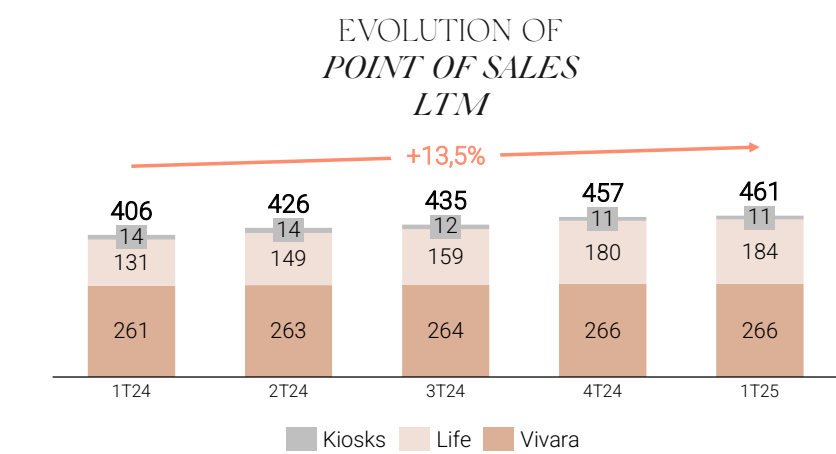
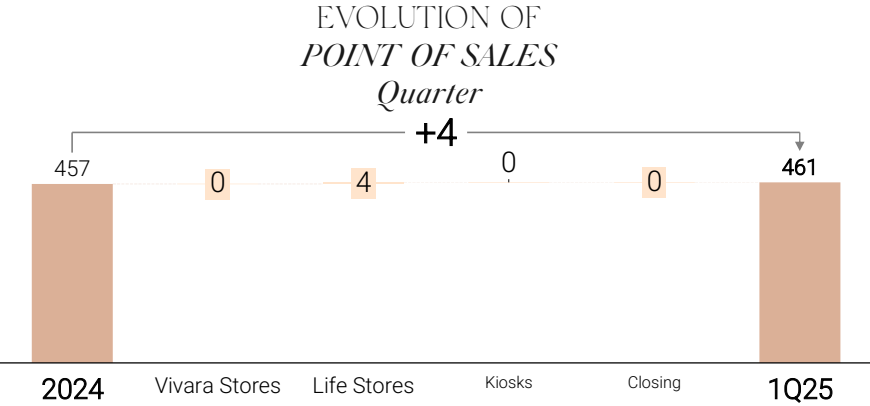
- Adjusted EBITDA of R\$ 101.1 million (+54.4% YoY) with adjusted EBITDA Margin of **18.8%** | expansion of **410 bps** YoY
- Net Income of R\$ 115.0 million (+221.3% YoY) with net margin of **21.4%** | expansion of **1,340 bps** YoY

FACTORY DEVELOPMENT

Company reached a daily production of 23,000 Life pieces/day (+110% vs. 1Q24), a level that enables the Evolution of internalization category production, reduction stockouts, and monitoring of the expansion plan.



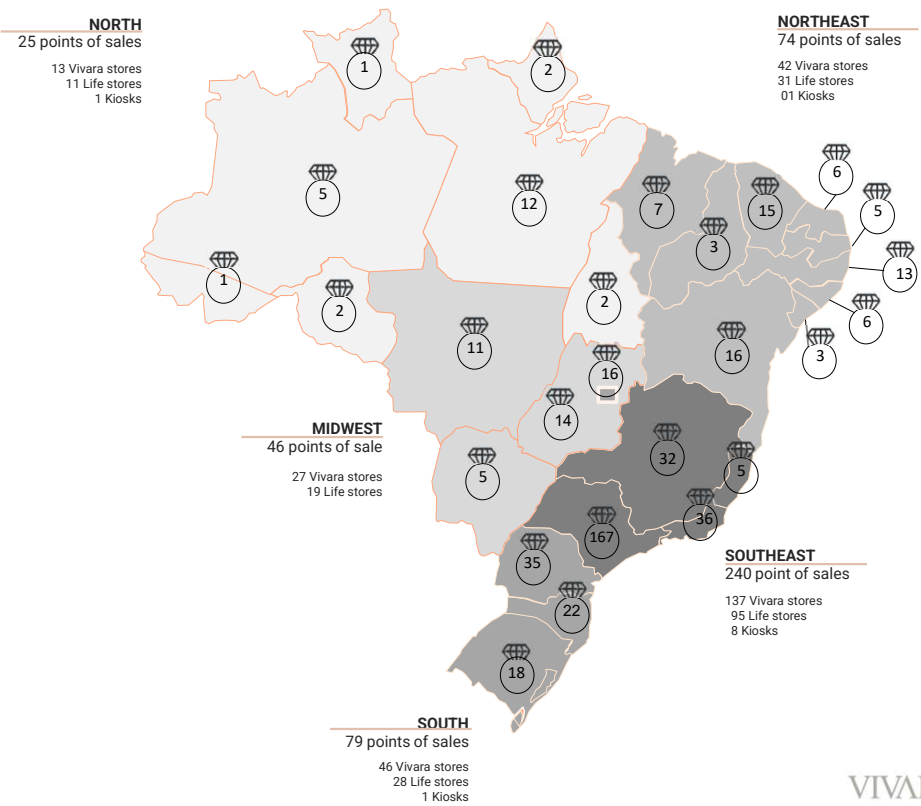
EXPANSION 1Q25



INTERNATIONAL | 1 Store (Panama) | Pilot Project

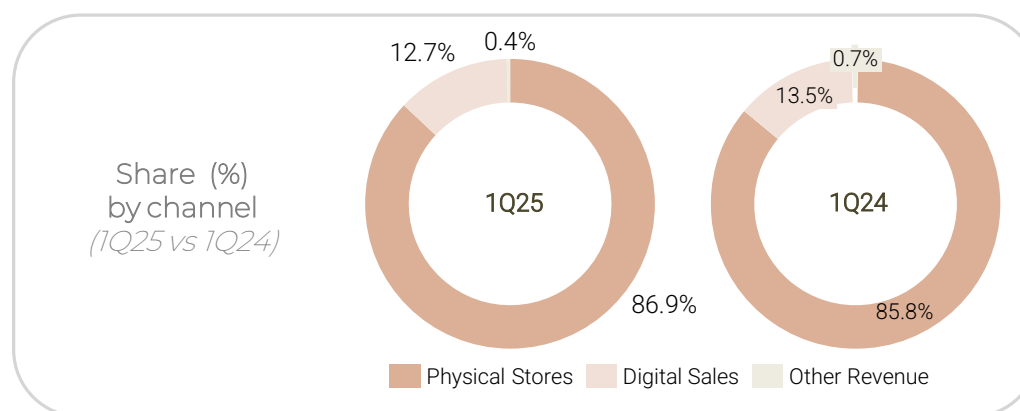


BRAZIL | 460 Point of Sales | Presence in all Brazil states



REVENUE

Revenue per channel (R\$, 000)	1Q25	1Q24	Δ% 25vs24
Gross Revenue (net of returns)	660,492	574,858	14.9%
Physical Stores	573,803	493,074	16.4%
Vivara Stores	435,365	385,214	13.0%
Life Stores	135,149	103,104	31.1%
Kiosks	3,289	4,756	-30.8%
Digital Sales	84,240	77,571	8.6%
Others	2,449	4,215	-41.9%
Deductions	(123,411)	(130,268)	-5.3%
Net Revenue	537,081	444,590	20.8%
SSS (physical stores)	10.1%	9.6%	na



LIFE STORES

R\$ 135.1 MM

Gross Revenue(Net of
Returns)
+31.1% vs 1Q24

6.3%

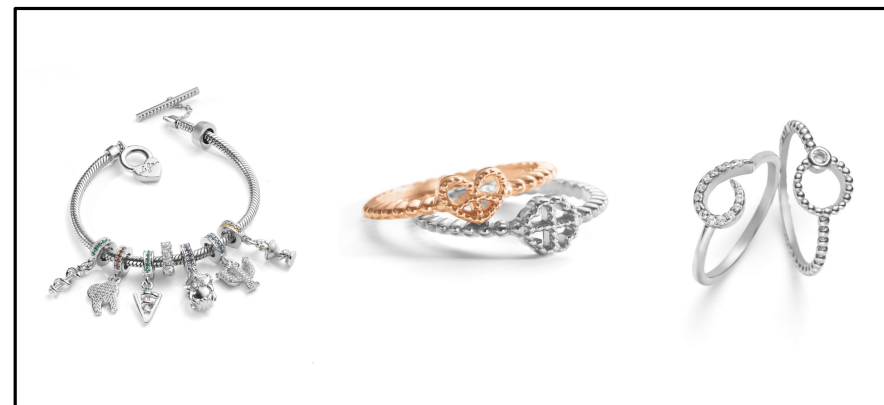
Same Store Sales

57.9%

Share of life stores in the
Life category sales
+790 bps vs 1Q24

77 Mature Stores

With average revenue of
R\$ 6.0 mm (LTM)



VIVARA STORES

R\$ 435.4 MM

Gross Revenue(Net of
Returns)
+13.0% vs 1Q24

11.3%

Same Store Sales

+14,2%

Jewelry category
revenue Growth vs 1Q24

266

Stores



DIGITAL

R\$ 84.2 MM

Gross Revenue
+8.6% vs 1Q24

12.8%

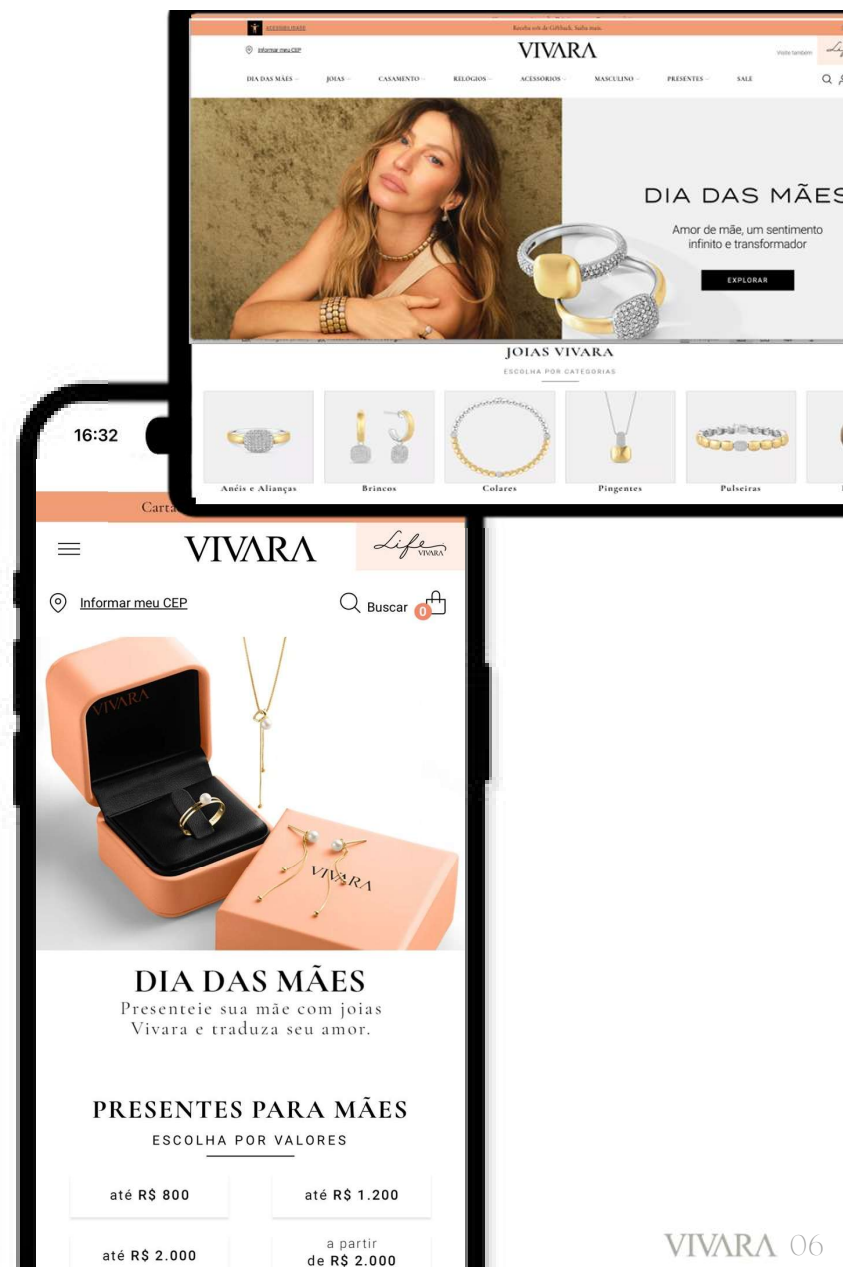
Share in sales

40.2%

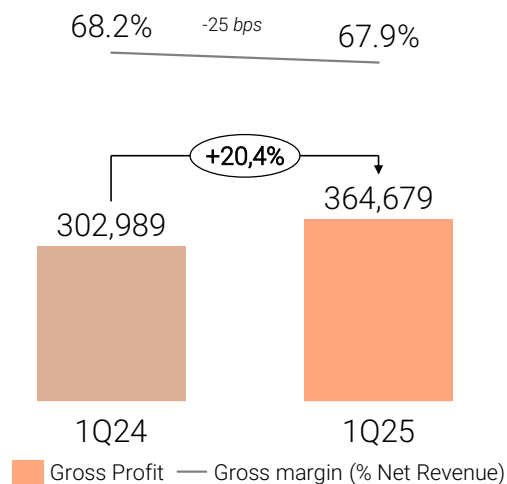
Share in Life category in sales mix

+24.5%

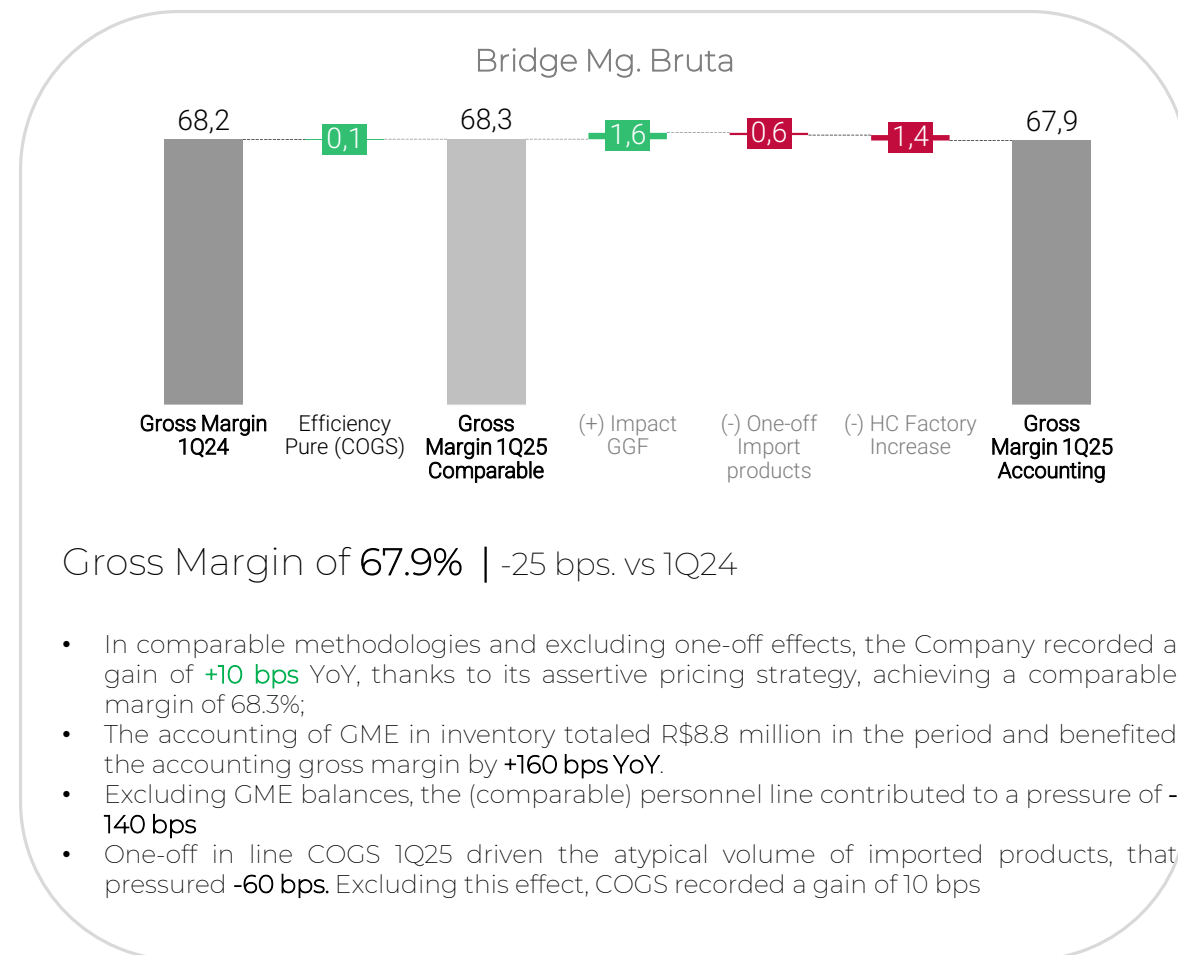
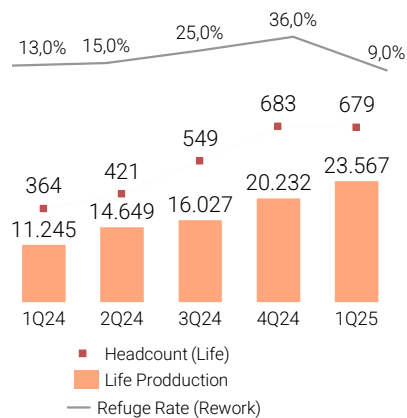
Increase in OMS sales



GROSS PROFIT & GROSS MARGIN



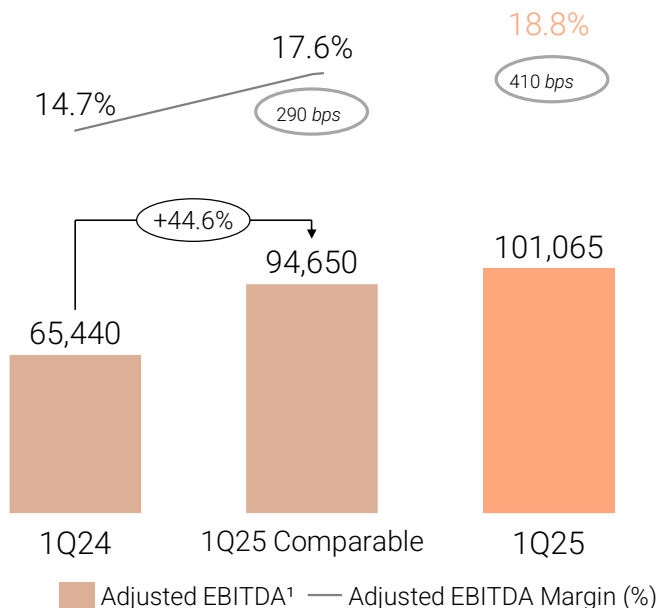
KPIs Factory Life



Gross Margin of 67.9% | -25 bps. vs 1Q24

- In comparable methodologies and excluding one-off effects, the Company recorded a gain of **+10 bps** YoY, thanks to its assertive pricing strategy, achieving a comparable margin of 68.3%;
- The accounting of GME in inventory totaled R\$8.8 million in the period and benefited the accounting gross margin by **+160 bps** YoY.
- Excluding GME balances, the (comparable) personnel line contributed to a pressure of **-140 bps**
- One-off in line COGS 1Q25 driven the atypical volume of imported products, that pressured **-60 bps**. Excluding this effect, COGS recorded a gain of 10 bps

ADJUSTED EBITDA & ADJUSTED EBITDA MARGIN

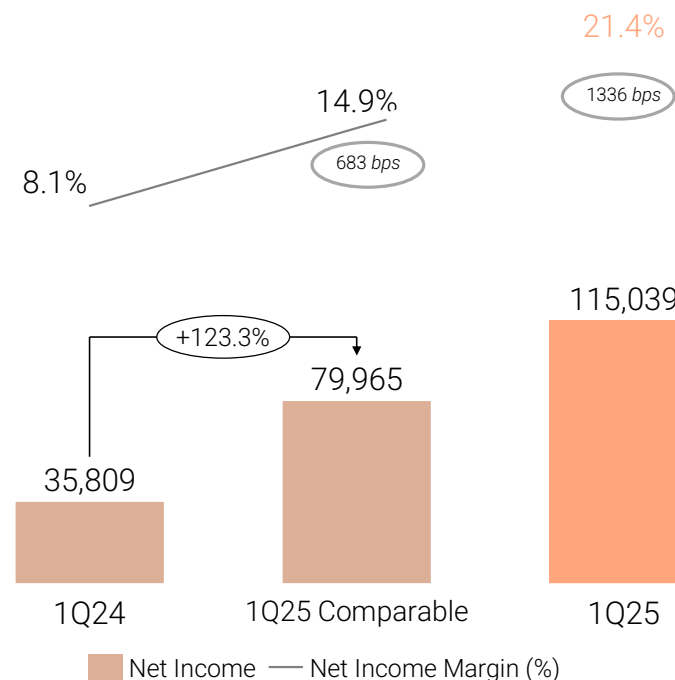


Adjusted EBITDA Margin of 18.8% (+410 *bps* vs 1Q24)

Strong expansion of rentability driven by leverage operational

- Selling Expenses: Personal line (+160 *bps* YoY) and marketing line (+160 *bps* YoY), the principal lines with efficiency
- G&A: Personal line (+100 *bps* YoY) due the more efficient structure realized in 2024

NET INCOME & NET MARGIN



Net Margin of 21.4% | +1336 *bps* vs 1Q24

- Continuous expansion of net margin driven by leverage operational
- Higher volume of deferred Tax boosted by bigger production than 1Q24

OTHER FINANCIAL HIGHLIGHTS 1Q25

CAPEX

R\$ 19,7 million

-44.3% vs 1Q24

Due lower opening stores than 1Q24

OPERATING CASH FLOW

Outflow of R\$ 173.6 million

- (i) Inventory: higher volume of importable Products and production volume impacted by higher commodities price
- (ii) Suplers: payments of raw materials purchased in 2H24, lower purchased volume of raw materials in 1Q25 and reclassification of forfait to borrowing and financing (impact of R\$ 87.4 million)

GROSS DEBT

R\$ 469.5 million (R\$ 135.6 million of forfait)

+R\$ 70.9 million vs. 2024 | +17.8% vs. 2024

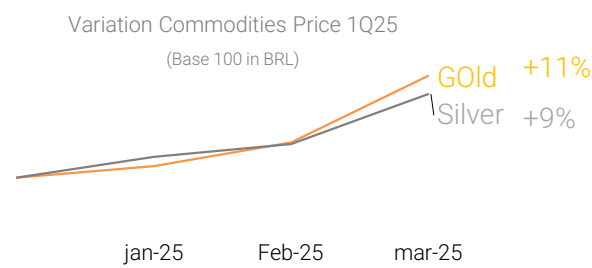
Net Debt / Adjusted EBITDA in 0,4x

Net Debt (ex-forfait) / Adjusted EBITDA in 0,2x



INVENTORY DYNAMIC

When analyzing the movement of the inventory item, in reais, a 13% increase is observed between Dec/24 and Mar/25. This increase is due to two distinct components: (i) the volume of production and imports during the period (of high-turnover items for seasonality) and (ii) the rise in commodity prices (a factor external to the company).



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

INITIATIVES FOR INVENTORY OPTIMIZATION

The company has made progress on the roadmap of initiatives to optimize inventory balances, especially for Jewelry stock (which accounts for more than 70% of Finished Goods, in reais). Among the key initiatives, the following stand out:

Reduction in raw material purchase volume: Starting in Q1 2025, the company has reduced the volume of raw material purchases (especially gold). This can already be observed in the reduction of accounts payable related to raw material purchases (via risk-drawn operations), which totaled R\$ 262.3 million in Dec/24 and amounted to R\$ 146.9 million by the end of Mar/25 (a reduction of R\$ 115.5 million during the quarter).

Redistribution of products between stores: Mapping of slow-moving products, whose sales velocity is higher in other locations/stores. These products are collected and sent to the distribution center, then redistributed to locations where sales turnover is historically higher.

Melting of slow-moving products: Identification of low-turnover products to be melted down, utilizing the metal to produce products with better turnover rates.

OUTLOOK

In the coming quarters, the execution of the listed initiatives aims to optimize inventory balances (inventory days) by the end of the 2025.

PERSPECTIVES

2025

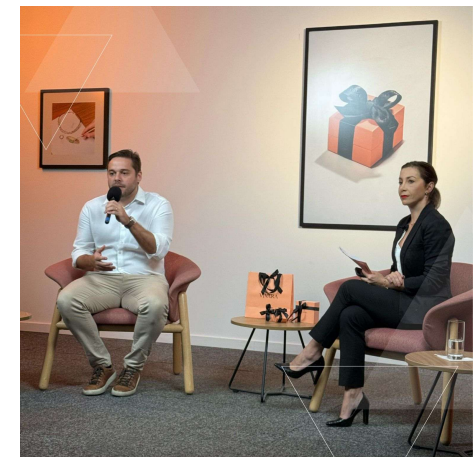
The company reiterates its positive outlook for the year, reinforcing its trajectory of solid growth (both in physical and digital channels), as well as the profitability of operations, continuing with the strategic pillars for 2025:

- (i) Continuous increase in service levels, with improved customer satisfaction across all points of contact;
- (ii) Advancement of operational levers (expense management, increased manufacturing productivity/vertical integration of production, and development of the tax optimization plan). With the review of Life's factory processes completed at the end of January 2025, we improved productivity (surpassing the mark of 23,000 Life units/day), reinforcing the journey of in-house production for the category, while contributing to better supply to Life stores;
- (iii) Inventory management focused on optimizing inventory days by the end of the 2025 fiscal year;
- (iv) Product portfolio innovation:
 - Accessible luxury portfolio: In times of rising commodity prices, the company consistently seeks to balance portfolio diversification with products that offer greater price flexibility to its customers. As a result, the relevance of the Duo collections (silver-gold), Vivara Silver (mitigating the cannibalization effect of Life in Vivara stores), and pieces with laboratory diamonds has increased. These products are significantly growing their share in the sales mix.
 - Renewal of the current portfolio: New Moments collections starting in April 2025, along with the launch schedule for Vivara and Life collections throughout the year.
- (v) Expansion of the store network: The expected openings are in line with the annual guidance (between 40 and 50 stores), maintaining quality and accuracy in site selection, with a thorough cost-benefit analysis for each opening.

SEASONALITY

2Q25

- The company starts 2Q25 with a focus on the seasonality of Mother's Day and, later, Valentine's Day. Engaged and well-trained teams, as well as the accurate allocation of inventory, are essential to delivering the perfect gift to each of our customers.
- On April 30th, the company held a Special Mother's Day Live event, connecting the entire sales team, reinforcing best practices, and highlighting the strength of our people, products, and collections.



VIVARA

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

APPENDIX | FINANCIAL INDICATORS

Main Key Ratios (R\$, 000)	1Q25	1Q24	Δ% 25vs24
Gross Revenue (net of return)	660,492	574,858	14.9%
Net Revenue	537,081	444,590	20.8%
SSS (physical stores)	10.1%	9.6%	na
Gross Profit	364,679	302,989	20.4%
<i>Gross Margin (%)</i>	<i>67.9%</i>	<i>68.2%</i>	<i>-25 bps</i>
Adjusted EBITDA	101,065	65,440	54.4%
<i>Adjusted Ebitda Margin (%)</i>	<i>18.8%</i>	<i>14.7%</i>	<i>410 bps</i>
Adjusted EBITDA Comparable	94,650	65,440	44.6%
<i>Adjusted Ebitda Margin Comparable (%)</i>	<i>17.6%</i>	<i>14.7%</i>	<i>290 bps</i>
Net Income	115,039	35,809	221.3%
<i>Net Margin (%)</i>	<i>21.4%</i>	<i>8.1%</i>	<i>1336 bps</i>
Adjusted Net Income ⁽¹⁾	79,965	35,809	123.3%
<i>Adjusted Net Margin (%)</i>	<i>14.9%</i>	<i>8.1%</i>	<i>683 bps</i>
Operational Cash Generation	(173,637)	145,563	-219.3%

APPENDIX | RECONCILIATION OF ADJUSTED BALANCES

EBITDA Reconciliation (Comparable) (R\$, 000)	1Q25	1T24	Δ% 25vs24
Adjusted EBITDA	101,065	65,440	54.4%
Non-recurring effects (Manufacturing Overhead MOH)	(6,415)	-	n.a.
Adjusted EBITDA (Comparable)	94,650	65,440	44.6%
<i>Comparable Adjusted EBITDA Margin (%)</i>	<i>17.6%</i>	<i>14.7%</i>	<i>290 bps</i>

Net Income Reconciliation (Comparable) (R\$'000)	1Q25	1Q24	Δ% 25vs24
Net Income	115,039	35,809	221.3%
Non-recurring effects (Manufacturing Overhead MOH)	(8,835)	-	-
Change in Income Taxes ²	(26,239)	-	n.a
Net Income (Comparable)	79,965	35,809	123.3%
<i>Comparable Net Income Margin (%)</i>	<i>14.9%</i>	<i>8.1%</i>	<i>683 bps</i>

(i) **Review of Accounting Costing Methodology:** Manufacturing Overhead (GGF) At the closing of the 2024 fiscal year, the Company modified the accounting costing methodology for Manufacturing Overhead (composed of factory personnel remuneration and other expenses incurred at the manufacturing plant). This change positively impacts the accounting cost, these costs will be allocated to the cost of each product produced (becoming part of the finished goods inventory value) and will only be reflected in the cost line when the produced product is sold to the final consumer (in accordance with CPC 16 – Costs).

(ii) Change in Accounting for Deferred Income Tax

In the 2024 fiscal year, the Company revised the calculations for deferred income tax on unrealized profits in inventories from intercompany transactions, adopting the nominal rate of Corporate Income Tax (IRPJ) and Social Contribution on Net Profit (CSLL) in Brazil, which is 34%, in accordance with CPC 32 – Income Taxes. Until the fiscal year ending December 31, 2023, the Company had been using the consolidated effective average tax rate to calculate deferred tax. However, based on the revision conducted in light of CPC 32 – Income Taxes, it was concluded that adopting the nominal rate would provide a better presentation of the Group's consolidated financials, aligned with applicable accounting practices.