

# VIVARA



1 T 26 • DIVULGAÇÃO DE  

---

**RESULTADOS**

---

SESSÃO DE Q&A

Sexta-feira, 08/maio  
11h (BRT) | 10h (US ET)

[clique aqui](#)

# DESTAQUES



## 1. ROBUSTA GERAÇÃO DE CAIXA OPERACIONAL

Geração de caixa operacional<sup>1</sup> de R\$ 92,2 milhões, revertendo o consumo de R\$ 173,6 milhões no 1T25, em função da menor compra de produtos e matérias-primas em linha com o plano de otimização do estoque

## 2. CONTÍNUA TRAJETÓRIA DE CRESCIMENTO

A receita bruta (líq. dev.) cresceu **13,8%** no 1T26 vs. 1T25 impulsionado pelo nível saudável das vendas nas mesmas lojas (SSS<sup>2</sup>) de **9,7%** e crescimento das vendas digitais de **16,2%** vs. 1T25, com destaque para resiliência da categoria Joias Vivara

## 3. EVOLUÇÃO DA MARGEM BRUTA

Expansão de margem bruta de **2,0 p.p.** vs. 1T25, atingindo **69,8%**, ancorada na contínua gestão de *markups* e no balanceamento das estratégias entre metais, com destaque para a alta capacidade de inovação de portfólio como alavanca de rentabilidade e para o *hedge* natural que a dinâmica atual de estoques da Companhia e o reaproveitamento de metais oferecem, mitigando oscilações abruptas de custo médio

## 4. MAXIMIZAÇÃO DE RETORNO

Com o crescimento do resultado operacional nos últimos doze meses e a otimização do capital empregado, o trimestre apresentou evolução do retorno sobre capital investido (ROIC<sup>3</sup>), totalizando **23,1%**, 0,4p.p. acima do 1T25

1. Geração de caixa operacional considerando os R\$ 163,8 milhões de recebíveis de cartão de crédito do período que foram antecipados em Dez/25 para adiantamento do pagamento de dividendos de 2025.  
2. Same Store Sales (Vendas em Mesmas Lojas) considera a receita bruta líquida de devoluções, de lojas com 12 meses de operação no início do trimestre, excluindo lojas com restrição de funcionamento em ambas lojas..  
3. Considerando alíquota caixa, NOPAT LTM (últimos doze meses) e capital empregado do fim dos períodos.

## DESEMPENHO FINANCEIRO

A Vivara Participações apresenta o quadro resumo do desempenho financeiro<sup>1</sup> do primeiro trimestre de 2026.

Com o objetivo de melhor traduzir as alavancas e entendimento do negócio, a Companhia passa a divulgar, neste documento, os resultados na visão pré-IFRS 16 até a página 15, excluindo os efeitos do IFRS 16/CPC 06 (R2). A conciliação entre as visões pré e pós IFRS 16 está apresentada no anexo deste documento na (página 16).

Saldos em R\$ mil	1T26	1T25	Var. (%)
<b>Receita Bruta (líq. de devoluções)</b>	<b>751.754</b>	<b>660.492</b>	<b>13,8%</b>
Deduções da Receita (ex-Rec. Subvenção)	(221.212)	(204.957)	7,9%
Rec. Subvenção	64.971	81.546	-20,3%
<b>Receita operacional líquida</b>	<b>595.512</b>	<b>537.081</b>	<b>10,9%</b>
Custos	(179.865)	(173.076)	3,9%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>415.647</b>	<b>364.005</b>	<b>14,2%</b>
<i>%Margem Bruta</i>	<i>69,8%</i>	<i>67,8%</i>	<i>2,0 p.p.</i>
<b>Despesas Operacionais<sup>2</sup></b>	<b>(319.093)</b>	<b>(265.486)</b>	<b>20,2%</b>
<i>% sobre Receita Líq.</i>	<i>-53,6%</i>	<i>-49,4%</i>	<i>(4,2 p.p.)</i>
Despesas com Vendas	(255.343)	(212.050)	20,4%
Despesas G&A	(57.013)	(51.452)	10,8%
Outras Rec e Desp Oper.	(6.739)	(1.983)	239,8%
<b>Depreciação (custos)</b>	<b>148</b>	<b>285</b>	<b>-48,0%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>96.702</b>	<b>98.803</b>	<b>-2,1%</b>
<i>%Margem EBITDA</i>	<i>16,2%</i>	<i>18,4%</i>	<i>(2,2 p.p.)</i>
<b>Itens não recorrentes</b>	<b>-</b>	<b>2.261</b>	<b>n.a.</b>
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>96.702</b>	<b>101.065</b>	<b>-4,3%</b>
<i>%Margem EBITDA ajustada</i>	<i>16,2%</i>	<i>18,8%</i>	<i>(2,6 p.p.)</i>
Itens não recorrentes	-	(2.261)	n.a.
Depreciação e Amortização	(16.584)	(16.232)	2,2%
Resultado Financeiro	(14.986)	(2.140)	n.a.
IRPJ e CSLL	23.087	41.933	-44,9%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>88.218</b>	<b>122.366</b>	<b>-27,9%</b>
<i>%Margem Líquida</i>	<i>14,8%</i>	<i>22,8%</i>	<i>(8,0 p.p.)</i>



1. Saldos pré IFRS-16: os saldos excluem efeitos do IFRS-16 em relação aos arrendamentos mercantis relacionados a aluguel das lojas, escritório e fábrica nos saldos divulgados até a página 15. A conciliação entre saldos pós e pré IFRS-16 está apresentada no anexo deste documento (página 16).

2. Saldos excluindo Depreciação e Amortização (D&A)

Receita por categoria e canal (R\$ mil)	1T26	1T25	Var. (%)
<b>Receita Bruta (Líq. de devoluções)</b>	<b>751.754</b>	<b>660.492</b>	<b>13,8%</b>
<b>Por Categoria</b>			
Jóias	388.659	329.151	18,1%
Life	252.753	233.614	8,2%
Relógios	97.764	83.105	17,6%
Acessórios e serviços	12.578	14.621	-14,0%
<b>Por Canal</b>			
Lojas Físicas	647.872	573.803	12,9%
Lojas Vivara	483.183	435.365	11,0%
Lojas Life	160.764	135.149	19,0%
Quiosques	3.925	3.289	19,4%
Vendas Digitais	97.900	84.240	16,2%
Outros	5.982	2.449	144,3%
SSS (lojas físicas) <sup>1</sup>	9,7%	10,1%	na
SSS (lojas físicas + digital)	10,5%	9,1%	na

1. O Same Store Sales (Vendas em Mesmas Lojas) considera a receita bruta líquida de devoluções, de lojas com 12 meses de operação no início do trimestre, excluindo lojas com restrição de funcionamento em ambas lojas.

A receita bruta (líquida de devoluções) do 1T26 atingiu R\$ 751,8 milhões, 13,8% superior à registrada no 1T25.

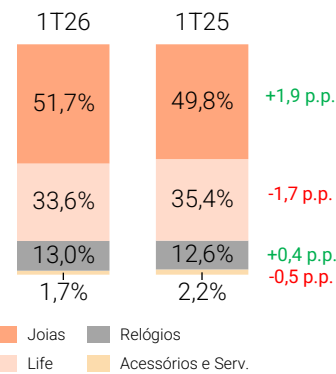
A categoria Jóias foi o destaque do trimestre com crescimento de 18,1% versus 1T25, devido ao aumento no ticket médio de 7,0% e ao crescimento em volume de 10,3%. Este resultado foi impulsionado pelo forte desempenho das subcategorias Prata Vivara e Prata/Ouro, que somadas representaram 9,9% das vendas no período, ante 6,2% no 1T25, e da subcategoria Alianças que teve um aumento de ticket médio de 16,5% e 2,8% de volume. O resultado do trimestre reforça as categorias Prata Vivara e Prata/Ouro como alavancas de volume em razão das atrativas faixas de preço que oferecem aos clientes da Companhia, bem como a resiliência da categoria Jóias em razão da menor elasticidade dos produtos de maior valor agregado.

A categoria Life avançou 8,2% ano contra ano, refletindo alta de 17,3% no ticket médio e queda de 7,8% em volume. O aumento de ticket médio decorre do crescimento de subcategorias de ticket médio mais alto, como Coleções e Comerciais, e dos reposicionamentos de preço praticados no 2T25 e no 1T26 na subcategoria *Moments*. Excluindo *Moments* da análise do 1T26, que responde por 50% das unidades vendidas e 32% da receita, a categoria Life apresentou crescimento de 17,3% em volume e 0,3% em ticket médio vs. o 1T25. Entre todas as subcategorias, Comerciais foi destaque com crescimento de 8,5% em volume e 14,2% em ticket médio no período.

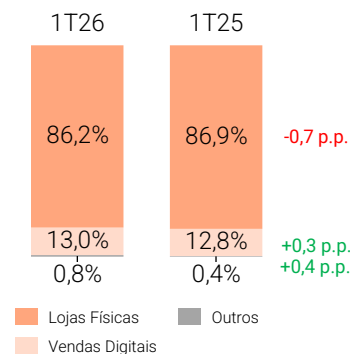
Por fim, a categoria de Relógios registrou crescimento de 17,6% ano contra ano, com alta de 6,5% em volume e 10,4% em ticket médio. Tanto relógios *fashion*, como relógios *premium* tiveram crescimento consistente no trimestre, crescendo em ticket médio e em volume. O destaque foi a subcategoria *premium* que cresceu 31,5% no 1T26 vs 1T25, fruto da maior assertividade de alocação de estoque entre lojas.

Na visão por canal, o desempenho é composto (i) pelo crescimento de 9,7% de SSS das lojas físicas, (ii) pelo aumento do número de lojas em 2025 e 2026 com a adição de 46 pontos de venda no período, sendo 44 lojas Life, e (iii) pelo crescimento de 16,2% do canal digital.

Representatividade por categoria (%)



Representatividade por canal (%)



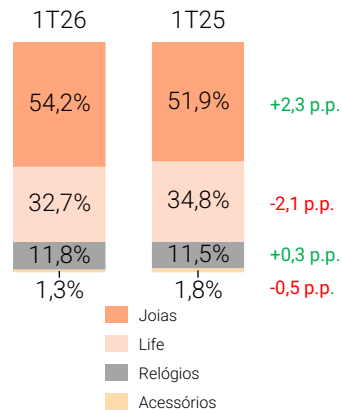
## Lojas Físicas

No 1T26, as lojas físicas tiveram faturamento de R\$ 647,9 milhões, uma expansão de 12,9% na comparação ano contra ano. No trimestre, a expansão do faturamento das lojas Vivara e Life foi de 11,0% e 19,0%, respectivamente. O crescimento no SSS consolidado foi de 9,7% sobre 1T25.

		Abertura por negócio (R\$ mil)		
		1T26	1T25	Var. (%)
Vivara	Número de lojas	268	266	2
	Aberturas líquidas	-	-	-
	Área de vendas (m²)	24.937	24.753	0,7%
	Receita bruta (liq. dev.)	483.183	435.365	11,0%
	<b>Venda/m² (R\$)</b>	<b>19.376</b>	<b>17.589</b>	<b>10,2%</b>
Life	Número de lojas	224	184	40
	Aberturas líquidas	5	4	1
	Área de vendas (m²)	16.951	13.821	22,6%
	Receita bruta (liq. dev.)	160.764	135.149	19,0%
	<b>Venda/m² (R\$)</b>	<b>9.484</b>	<b>9.779</b>	<b>-3,0%</b>
Quiosque	Número de quiosques	11	11	-
	Aberturas líquidas	-	-	-
	Área de vendas (m²)	74	68	8,8%
	Receita bruta (liq. dev.)	3.925	3.289	19,4%
	<b>Venda/m² (R\$)</b>	<b>53.044</b>	<b>48.364</b>	<b>9,7%</b>
Total	Número de pontos de vendas	503	461	42
	Aberturas líquidas	5	4	1
	Área de vendas (m²)	41.962	38.641	8,6%
	Receita bruta (liq. dev.)	647.872	573.803	12,9%
	<b>Venda/m² (R\$)</b>	<b>15.440</b>	<b>14.849</b>	<b>4,0%</b>

### Receita Bruta | Lojas físicas

Representatividade por categoria (%)



Analisando a venda por metro quadrado (venda/m²), é possível verificar um crescimento de 4,0% da produtividade no trimestre. O canal Vivara apresentou 10,2% de ganho, em razão da assertiva gestão de *markup* e do aumento do ticket médio da categoria Jóias Vivara, enquanto o canal Life apresentou redução de 3,0%. A queda na venda/m² das lojas Life se dá exclusivamente pelo efeito mix, no qual safras mais novas, de lojas ainda em fase de maturação, vêm ganhando maior representatividade no total de lojas, impactando a média do canal. Todas as safras de lojas Life apresentam crescimento de venda/m² no trimestre. As safras mais antigas continuam sendo as mais produtivas. Em virtude do natural processo de expansão, as primeiras safras vêm perdendo representatividade no total de lojas, o que dilui seu impacto positivo no indicador consolidado.



## Lojas Vivara



Com 267 pontos de venda no Brasil e 1 no Panamá, as lojas Vivara apresentaram uma receita de R\$ 483,2 milhões no 1T26, com um crescimento de 11,0% e avanço de SSS de 10,8% comparado ao 1T25. O canal segue entregando forte desempenho, impulsionado pela (i) diligente gestão de *markups* e (ii) contínua inovação, como o aumento do sortimento e ganho de representatividade de coleções prata/ouro e prata Vivara.

O nível de canibalização gerado pela adição de novas lojas da marca Life segue em patamares saudáveis. No 1T26, o faturamento das lojas Vivara em shoppings que possuem ambas as marcas (183 em Mar/26) cresceu 10,8% em relação ao 1T25, em linha com o SSS do canal. Ao desconsiderar as vendas da categoria Life nestas lojas Vivara, o crescimento de faturamento atinge 16,4%.

## Lojas Life

A receita das lojas Life teve alta de 19,0% no 1T26, em relação ao mesmo período do ano anterior, atingindo R\$ 160,8 milhões. O avanço é explicado pela: (i) abertura de 44 novas lojas Life em 2025 e 2026 e (ii) alta no SSS de 6,2% no 1T26.

No trimestre, as lojas Life foram responsáveis por 59,2% das vendas da categoria Life, uma representatividade 5,2 p.p. acima da registrada no mesmo trimestre do ano anterior. Além disso, a categoria ganhou participação no canal digital, como destacado na seção abaixo, reforçando o alto grau de aderência da marca no formato de vendas online.

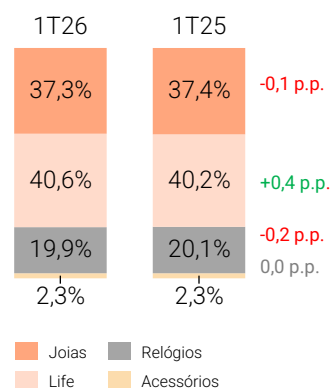
No encerramento do trimestre, as 131 lojas Life maduras (lojas inauguradas há mais de dois anos) registraram receita média anual de R\$ 5,0 milhões. O resultado reflete a ampliação da base madura de lojas Life, com a maturação de novas safras de lojas abertas em perfis de shopping mais diversos do que os das safras iniciais que eram mais concentradas em shoppings *premium*.



## Vendas Digitais

No trimestre, as vendas digitais somaram R\$ 97,9 milhões, crescimento de 16,2% em comparação ao 1T25. O forte desempenho do canal digital no trimestre reflete a maturidade da estratégia *omnichannel* da Companhia e a captura dos ganhos provenientes dos investimentos realizados nos últimos trimestres. As vendas OMS representaram 61,7% no 1T26, ante 49,2% no período comparativo. O novo aplicativo representou 18% das vendas do canal no 1T26 (ante 15% no 4T25), trazendo um tráfego direcionado e com uma taxa de conversão superior ao site, e o modelo de *personal shoppers* registrou faturamento de R\$ 5,6 milhões no período, aumento de 122% ano contra ano.

Na visão por categorias, destaque para a categoria Life, que registrou crescimento no trimestre de 17,4% vs. 1T25 e aumentou 0,4 p.p. no mix do Digital, canal que tem puxado cada vez mais consumidores da categoria.

Receita Bruta | Vendas digitais  
Represent. por categoria (%)

No trimestre, a linha de deduções da Receita bruta<sup>1</sup> apresentou um aumento de 26,6% em relação ao 1T25 e representou 20,8% da receita bruta.

A receita de subvenção somou R\$ 65,0 milhões no período, o que correspondeu a 8,6% da receita bruta do trimestre versus R\$ 81,5 milhões no 1T25. A dinâmica observada reflete o efeito positivo da operação do novo centro de distribuição no Espírito Santo, que gerou R\$ 12,2 milhões no trimestre, suavizando o menor ritmo produtivo, quando comparado ao 1T25, parte integrante do plano de otimização do estoque.

Em função da estratégia de otimização do estoque e eficiência de capital de giro, observou-se também um impacto na redução das taxas e impostos relacionados à operação da fábrica em Manaus, sendo eles UEA, F.T.I. e PIS/COFINS sobre direito autoral.

A dinâmica das deduções no trimestre resultou em um crescimento da receita líquida de 10,9%, inferior à expansão de 13,8% da receita bruta. Excluindo o efeito da subvenção e tributos sobre a operação da fábrica própria, a receita líquida do período cresceria em linha com a receita bruta.

Deduções da receita	1T26	1T25	Var. (%)
<b>Receita bruta<sup>1</sup></b>	<b>751.754</b>	<b>660.492</b>	<b>13,8%</b>
Deduções da Receita bruta	(156.241)	(123.411)	26,6%
<i>% Receita Bruta</i>	-20,8%	-18,7%	(2,1 p.p.)
ICMS, ISS e PIS/COFINS	(205.205)	(180.464)	13,7%
<i>% Receita bruta</i>	-27,3%	-27,3%	0,0 p.p.
Receita de subvenção (ICMS)	64.971	81.546	-20,3%
<i>% Receita bruta</i>	8,6%	12,3%	(3,7 p.p.)
Tributos sobre operação fabril   F.T.I., UEA e PIS/COFINS	(16.007)	(24.494)	-34,7%
<i>% Receita bruta</i>	-2,1%	-3,7%	1,6 p.p.
<b>Receita líquida</b>	<b>595.512</b>	<b>537.081</b>	<b>10,9%</b>



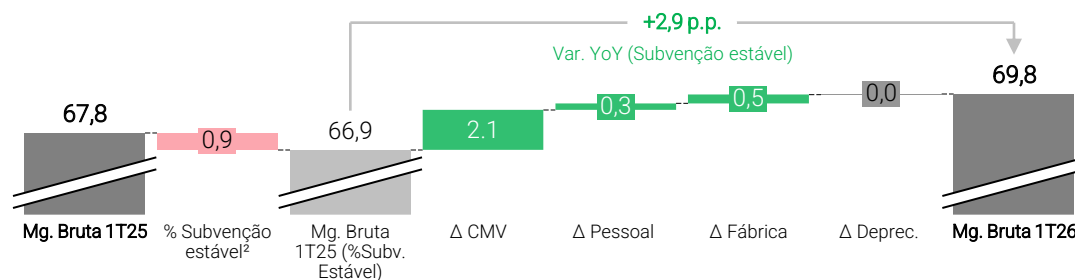
1. Considera receita bruta líquida de devoluções

Lucro bruto (R\$ mil) e margem bruta (%)	1T26	1T25	Var. (%)
<b>Receita bruta<sup>1</sup></b>	<b>751.754</b>	<b>660.492</b>	<b>13,8%</b>
<b>Receita líquida</b>	<b>595.512</b>	<b>537.081</b>	<b>10,9%</b>
<b>Custo</b>	<b>(179.865)</b>	<b>(173.076)</b>	<b>3,9%</b>
<i>% Receita líquida</i>	<i>-30,2%</i>	<i>-32,2%</i>	<i>2,0 p.p.</i>
Insumos, matérias-primas e produtos	(176.345)	(165.673)	6,4%
<i>% Receita líquida</i>	<i>-29,6%</i>	<i>-30,8%</i>	<i>1,2 p.p.</i>
Despesas fábrica	(3.520)	(7.403)	-52,5%
<i>% Receita líquida</i>	<i>-0,6%</i>	<i>-1,4%</i>	<i>0,8 p.p.</i>
<b>Lucro bruto</b>	<b>415.647</b>	<b>364.005</b>	<b>14,2%</b>
<b>Margem bruta (% Receita líquida)</b>	<b>69,8%</b>	<b>67,8%</b>	<b>2,0 p.p.</b>

O lucro bruto do 1T26 foi de R\$ 415,6 milhões, alta de 14,2% vs. 1T25, com margem bruta de 69,8%. A Companhia apresenta no gráfico abaixo a evolução da margem bruta divulgada no 1T25 para a margem bruta do 1T26.

A expansão de margem bruta foi ancorada na (i) contínua gestão das estratégias entre metais, com destaque para alta capacidade de inovação de mix como alavanca de rentabilidade, (ii) *hedge* natural que a dinâmica atual de estoques da Companhia e a capacidade de reaproveitamento de metais oferecem, mitigando oscilações abruptas de custo médio e (iii) normalização dos custos de importação versus o 1T25.

Evolução da Mg. Bruta<sup>3</sup> (1T26 vs. 1T25) | % da receita líquida



**1. Receita de Subvenção (Fábrica + CD):** Em continuidade a estratégia de otimização do estoque, o ritmo produtivo do trimestre foi inferior ao executado no ano anterior, refletindo em menores patamares de subvenção e tributos incidentes em Manaus<sup>2</sup> no 1T26 vs 1T25. Assumindo o mesmo percentual do 1T26 de subvenção e tributos mencionados acima, de 8,6% e 3,7% sobre a receita bruta respectivamente, ao resultado do 1T25, a margem comparável seria de 66,9%, ante os 67,8% registrados no 1T25, o que significa um efeito de 0,9 p.p. por conta da variação da receita de subvenção e tributos relacionados como percentual da receita líquida. Para isolar esse efeito, as demais variações das rubricas foram calculadas em regime de subvenção estável<sup>2</sup>.

**2. CMV:** apresentou efeito positivo de 2,1 p.p. devido aos seguintes efeitos:

- **2.1 Joias:** No 1T26, a categoria Joias Vivara registrou aumento de margem, impulsionada pelo ganho de *share* de subcategorias com maiores *markups* como Prata Vivara e Prata/Ouro, além de ter sido positivamente impactada pelo reposicionamento de preços praticado no trimestre. A alta cobertura de produtos em ouro, aliada à redução de compras e aos processos de derretimento de produtos de baixo giro, segue protegendo o custo médio do ouro nos produtos acabados. A categoria foi a principal responsável pelo ganho da rubrica.
- **2.2 Life:** A categoria segue com a maior margem bruta entre todas as categorias da Companhia. No comparativo anual, apresentou ligeira contração de margem, fruto da natural evolução do custo da prata nos estoques, parcialmente mitigada pelo reposicionamento dos preços praticados ao longo do trimestre. No período, os itens Life produzidos em Manaus representaram 60,7% da venda, ante 60,4% verificados no 1T25.

1. Considera receita bruta líquida de devoluções

2. Para fins de comparabilidade, está apresentado o conceito de subvenção estável de modo a equiparar o patamar de receita de subvenção e tributos incidentes na produção de Manaus do período anterior (comparativo) ao patamar do período atual, anulando variações positivas ou negativas que essas rubricas podem gerar no resultado da Companhia.

**2.3 Relógios:** A categoria apresentou margem praticamente estável. Tal resultado é explicado pela expansão do *markup* de relógios *fashion*, fruto da redução do custo de aquisição das peças partes, que foi parcialmente compensada pelo crescimento de relógios *premium* que têm *markup* menor que o relógio *fashion*.

**3. Fábrica + Pessoal:** Ambas as rubricas refletem os ganhos de eficiência produtiva ao longo de 2025, decorrente da diminuição dos índices de retrabalho que possibilitaram a redução do *headcount* fabril e a menor incidência de horas extras.

## Despesas Operacionais

	1T26	1T25	Var. (%)
<b>Despesas com Vendas (R\$ mil)</b>	<b>(255.342)</b>	<b>(212.050)</b>	<b>20,4%</b>
% Receita líquida	-42,9%	-39,5%	(3,4 p.p.)
Pessoal	(118.326)	(103.090)	14,8%
% Receita líquida	-19,9%	-19,2%	(0,7 p.p.)
Aluguéis e condomínios	(56.310)	(49.145)	14,6%
% Receita líquida	-9,5%	-9,2%	(0,3 p.p.)
Frete	(13.321)	(7.173)	85,7%
% Receita líquida	-2,2%	-1,3%	(0,9 p.p.)
Comissão sobre Cartões	(13.092)	(11.729)	11,6%
% Receita líquida	-2,2%	-2,2%	(0,0 p.p.)
Serviços Profissionais Contratados	(8.844)	(8.257)	7,1%
% Receita líquida	-1,5%	-1,5%	0,1 p.p.
Despesas com Marketing	(27.625)	(19.844)	39,2%
% Receita líquida	-4,6%	-3,7%	(0,9 p.p.)
Outras despesas com vendas	(17.822)	(12.812)	39,1%
% Receita líquida	-3,0%	-2,4%	(0,6 p.p.)

No trimestre, as Despesas com Vendas somaram R\$ 255,3 milhões, crescimento de 20,4% versus o 1T25, representando 42,9% da receita líquida do período, 3,4 p.p. acima do registrado no mesmo período do ano anterior. As principais diferenças contra o ano anterior foram:

- i. **Marketing:** No primeiro trimestre, são feitos investimentos com foco em impulsionar a sazonalidade do dia das Mães e Namorados. Na comparação contra o 1T25, houve mais investimento em veiculação em mídia de performance, eventos e *branding*, em linha com patamares históricos e com o plano anual.
- ii. **Frete:** Conforme comunicado desde o 2º semestre de 2025, o aumento das despesas de fretes é reflexo da inauguração do CD no ES em Jun/25, somado ao movimento de transferência de peças entre lojas, no contexto da agenda de otimização de estoque. Tal rubrica estará comparável com o ano anterior a partir do terceiro trimestre.
- iii. **Outras despesas:** maior incidência de despesas pré-operacionais e operacionais de lojas (a inaugurar e inauguradas), incluindo viagens do time de treinamento comercial e despesas de fundo fixo de loja.

	1T26	1T25	Var. (%)
<b>Despesas Gerais e Administrativas (R\$ mil)</b>	<b>(57.012)</b>	<b>(51.452)</b>	<b>10,8%</b>
% Receita líquida	-9,6%	-9,6%	0,0 p.p.
Pessoal	(22.540)	(22.200)	1,5%
% Receita líquida	-3,8%	-4,1%	0,3 p.p.
Serviços Profissionais Contratados	(19.659)	(18.749)	4,9%
% Receita líquida	-3,3%	-3,5%	0,2 p.p.
Outras Despesas Gerais e Administrativas <sup>1</sup>	(14.813)	(10.503)	41,0%
% Receita líquida	-2,5%	-2,0%	(0,5 p.p.)

1. Outras Despesas Gerais e Administrativas são compostas por: (i) Aluguéis e condomínios (ii) Energia, água e telefone (iii) Impostos e taxas e (iv) Outras despesas por natureza

As Despesas Gerais e Administrativas do trimestre totalizaram R\$ 57,0 milhões, alta de 10,8% versus o 1T25 e em linha com o crescimento da receita líquida quando comparada ao mesmo período do ano anterior, com destaque para:

(i) despesa de pessoal menos representativa da receita líquida por conta de menores premiações versus o período comparativo. Excluindo a variação da linha de prêmios e gratificações, a linha de pessoal cresceu 7,9% ano contra ano.

(ii) maiores gastos em Outras Despesas Gerais e Administrativas principalmente com maior investimento em almoxarifado para lojas.

	1T26	1T25	Var. (%)
<b>Outras Rec. (Desp.) Operacionais (R\$ mil)</b>	<b>(6.740)</b>	<b>(1.983)</b>	<b>239,8%</b>
% Receita líquida	-1,1%	-0,4%	(0,8 p.p.)

A linha de Outras (Despesas) Receitas Operacionais do 1T26 registrou uma despesa de R\$ 6,7 milhões, ante despesa de R\$ 2,0 milhões no 1T25. A variação é majoritariamente explicada pelo aumento de contingências e acordos trabalhistas no período, reflexo do aumento do quadro de colaboradores e da mudança do provisionamento devido a atualização de prognósticos.



## 1T26 | EBITDA E MARGEM EBITDA

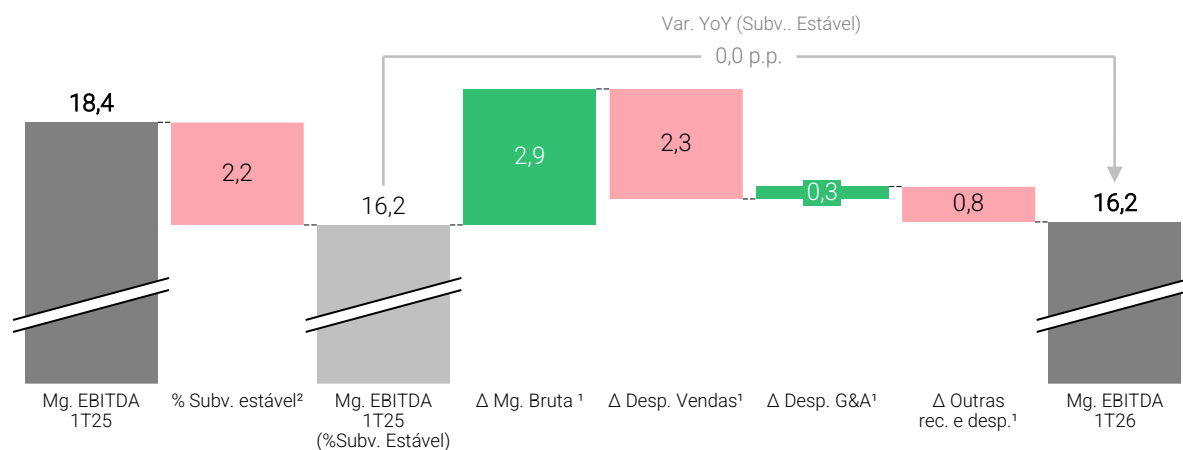
Reconciliação do EBITDA (R\$ mil)	1T26	1T25	Var. (%)
<b>Lucro Líquido</b>	<b>88.218</b>	<b>122.365</b>	<b>-27,9%</b>
<i>Margem líquida (%)</i>	<i>14,8%</i>	<i>22,8%</i>	<i>(8,0 p.p.)</i>
(+) IR/CSLL	(23.087)	(41.933)	-44,9%
(+) Resultado financeiro	14.986	2.140	600,4%
(+) Depreciação e Amortização	16.584	16.232	2,2%
<b>EBITDA</b>	<b>96.702</b>	<b>98.804</b>	<b>-2,1%</b>
<i>Margem EBITDA (%)</i>	<i>16,2%</i>	<i>18,4%</i>	<i>(2,2 p.p.)</i>
(+/-) Efeitos não recorrentes	-	2.261	n.a.
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>96.702</b>	<b>101.065</b>	<b>-4,3%</b>
<i>Margem EBITDA Ajustada (%)</i>	<i>16,2%</i>	<i>18,8%</i>	<i>(2,6 p.p.)</i>

No 1T26, o EBITDA somou R\$ 96,7 milhões, com margem EBITDA de 16,2%, 2,2 p.p. abaixo do que no 1T25.

Conforme descrito na seção do Lucro Bruto, o comparativo do EBITDA também é impactado pela menor receita de subvenção e tributos incidentes em Manaus. Assumindo o mesmo percentual de subvenção e tributos do 1T26, que somados totalizam 6,5% sobre a receita bruta, ao resultado do 1T25, o EBITDA no 1T25 seria de R\$ 84,8 milhões, com uma margem comparável de 16,2%. Nessa comparação, o EBITDA do 1T26 apresenta um crescimento de 14,1% na comparação com o do 1T25.

Ao analisar a margem EBITDA do trimestre em bases comparáveis, verifica-se uma margem estável de 16,2%, com destaque para a expansão da margem bruta (+2,9 p.p.) ancorada na alta capacidade de inovação de mix como alavanca de rentabilidade, no *hedge* natural que a dinâmica atual de estoques da Companhia e a capacidade de reaproveitamento de metais oferecem, sendo compensada por maiores despesas com vendas (-2,3 p.p.), dado maiores investimentos de marketing para sazonalidade do dia das Mães e Namorados e maiores despesas com frete atrelados a criação do CD do ES e o movimento de realocação de peças entre lojas.

Evolução da Mg. EBITDA (1T26 vs. 1T25) | % da receita líquida



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

2. Para fins de comparabilidade, está apresentado o conceito de subvenção estável de modo a equiparar o patamar de receita de subvenção e tributos incidentes na produção de Manaus do período anterior (comparativo) ao patamar do período atual, anulando variações positivas ou negativas que essas rubricas podem gerar no resultado da Companhia.

Lucro líquido <sup>1</sup> (R\$ mil)	1T26	1T25	Δ% 26vs25
<b>Lucro líquido</b>	<b>88.218</b>	<b>122.365</b>	<b>-27,9%</b>
<b>Margem líquida (%)</b>	<b>14,8%</b>	<b>22,8%</b>	<b>(8,0 p.p.)</b>

A Companhia registrou um lucro líquido de R\$ 88,2 milhões no trimestre com margem líquida de 14,8%,

O lucro líquido foi impactado por menores patamares de subvenção, maiores despesas financeiras e menor contribuição da linha de imposto de renda.

O resultado financeiro refletiu a elevação do CDI, o impacto dos juros das debêntures emitidas no segundo semestre de 2025 e um efeito não caixa decorrente da marcação a mercado de instrumento derivativo associado a dívida em moeda estrangeira.

Já a linha de imposto de renda foi impactada pela redução do ritmo de produção da fábrica própria no período, resultando em menor imposto de renda diferido relacionado às vendas *intercompany* entre fábrica e varejo .

Ao expurgar os efeitos no lucro da subvenção estável, que totalizam R\$ 9,3 milhões, bem como a redução no imposto de renda diferido associado à produção, que foi menor em R\$ 42,7 milhões, o lucro líquido teria apresentado crescimento de 25% na comparação anual, evidenciando a solidez da performance operacional do negócio.

## 1T26 | ENDIVIDAMENTO

Dívida líquida <sup>2</sup> (R\$ mil)	1T26	4T25	1T25
<b>Dívida bruta<sup>2</sup></b>	<b>555.047</b>	<b>558.615</b>	<b>498.471</b>
Empréstimos e Financiamentos (Curto Prazo) <sup>3</sup>	255.838	255.702	141.155
Empréstimos e Financiamentos (Longo Prazo) <sup>3</sup>	298.394	298.303	346.065
Risco sacado (classificado como Fornecedor Convênio)	814	4.610	11.250
Caixa e Equivalentes (incl. Títulos mobiliários)	308.474	398.644	177.078
<b>Dívida líquida (incluindo risco sacado)</b>	<b>246.573</b>	<b>159.971</b>	<b>321.393</b>
EBITDA ajustado LTM ( <i>últimos 12 meses</i> )	<b>761.943</b>	<b>766.305</b>	<b>693.159</b>
<b>Dívida líquida/EBITDA ajustado</b>	<b>0,3x</b>	<b>0,2x</b>	<b>0,5x</b>

Ao final do 1T26, a dívida líquida totalizou R\$ 246,6 milhões, uma redução de R\$ 74,8 milhões em relação ao 1T25, e a relação Dívida líquida/EBITDA ajustado reduziu de 0,5x no 1T25 para 0,3x no 1T26. A posição de dívida líquida atual foi impactada pela antecipação do pagamento de dividendos referente ao ano de 2025, pagos em dezembro, mas que historicamente são pagos em maio. O patamar de 0,3x de Dívida Líquida/EBITDA ajustado mantém a trajetória de níveis saudáveis de alavancagem em linha com o histórico da Companhia.

1. Para fins de comparabilidade, está apresentado o conceito de subvenção estável de modo a equiparar o patamar de receita de subvenção e tributos incidentes na produção de Manaus do período anterior (comparativo) ao patamar do período atual, anulando variações positivas ou negativas que essas rubricas podem gerar no resultado da Companhia.  
2. A dívida apresentada considera a métrica pré-IFRS 16, não incluindo os passivos de arrendamento relacionados a ativos de direito de uso.  
3. Saldo de Empréstimos e Financiamentos inclui o saldo do contrato de swap do empréstimo 4131 - Instrumentos derivativos

Geração de caixa (R\$ mil)	1T26	1T25	Var.
Lucro líquido	91.412	124.861	(33.450)
(-) Efeitos não caixa do lucro líquido <sup>1</sup>	52.868	15.868	37.000
(-) Imposto de renda pago	(29.369)	(21.913)	(7.456)
(-) Juros pagos <sup>2</sup>	(32.219)	(15.936)	(16.283)
(-) Arrendamento do direito de uso	(31.943)	(29.670)	(2.273)
(+/-) Capital de giro	(122.342)	(246.847)	124.505
Contas a receber	90.798	204.146	(113.348)
Estoques	(70.388)	(171.461)	101.073
Fornecedores	(67.751)	(211.326)	143.575
Impostos a recuperar	5.431	25.103	(19.672)
Obrigações tributárias	(38.613)	(70.842)	32.229
Outros ativos e passivos	(41.820)	(22.467)	(19.353)
<b>Caixa das atividades operacionais gerencial</b>	<b>(71.594)</b>	<b>(173.637)</b>	<b>102.043</b>
Capex	(18.577)	(19.668)	1.091
<b>Geração (Consumo) de caixa livre</b>	<b>(90.170)</b>	<b>(193.304)</b>	<b>103.134</b>

- Os efeitos não caixa do lucro líquido referem-se aos efeitos de depreciação e amortização; encargos e variação cambial sobre empréstimos e financiamentos; encargos sobre arrendamentos (direito de uso); imposto de renda e contribuição social correntes e diferidos; provisão para perdas de estoque; provisão para riscos cíveis, trabalhistas e tributários; baixa de ativo imobilizado e intangível; créditos tributários; atualizações monetárias e rendimentos; perdas esperadas de crédito; variação cambial sobre fornecedores; encargos sobre antecipação de recebíveis; incentivos de longo prazo; e baixa de contratos de arrendamento.
- Juros pagos de empréstimos e financiamentos e de arrendamentos de direito de uso.

No 1T26, o consumo de caixa operacional (após imposto de renda, juros e arrendamentos) foi de R\$ 71,6 milhões, R\$ 102,9 milhões menor do que os R\$ 173,6 milhões registrados no 1T25. Considerando a antecipação de recebíveis de cartão de crédito realizada em Dez/25, a geração de caixa operacional seria de R\$ 92,2 milhões no trimestre.

As principais variáveis de capital de giro que influenciaram na composição do resultado foram:

- ✓ **Contas a Receber:** antecipação de R\$ 163,8 milhões de recebíveis de cartão de crédito realizado em Dez/25, operacionalizada em alinhamento ao pagamento de dividendos intercalares de valor equivalente em Dez/25, reduziu a geração proveniente da rubrica no 1T26.
- ✓ **Estoque:** consumo de R\$ 70,4 milhões no período, R\$ 101,1 milhões menor do que verificado no 1T25, em linha com a estratégia de otimização de estoques e com a preparação para os maiores períodos de venda no segundo trimestre.
- ✓ **Fornecedores:** Consumo de R\$ 67,8 milhões versus consumo de R\$ 211,3 milhões no 1T25. Tal variação é explicada pela redução na compra de matéria-prima, principalmente de ouro.

## 1T26 | CAPEX

Investimentos (R\$ mil)	1T26	1T25	Var. (%)
<b>Capex Total</b>	<b>18.577</b>	<b>19.670</b>	<b>-5,6%</b>
Novas lojas	9.616	4.699	104,6%
Reformas e Manutenção	5.818	2.698	115,7%
Fábrica	2.823	7.517	-62,5%
Sistemas/TI	285	4.216	-93,2%
Outros	34	540	-93,6%
<b>CAPEX/Receita Líquida (%)</b>	<b>3,1%</b>	<b>3,7%</b>	<b>(0,5 p.p.)</b>

No 1T26, os investimentos totalizaram R\$ 18,6 milhões, redução de 5,6% em relação ao 1T25. Apesar do maior volume de aberturas de lojas e reformas no período, o montante foi mais do que compensado pela menor intensidade de investimentos em manufatura e tecnologia, quando comparado ao primeiro trimestre do ano anterior, que foi impactado pela aquisição de maquinário fabril e pela atualização do ERP. Ao longo de 2026, estão previstos contínuos investimentos em novas lojas e reformas, bem como novos investimentos em sistemas para ganho de produtividade.

A Companhia segue executando seu plano de crescimento, com abertura de lojas, sustentação do SSS e do digital, ao mesmo tempo em que busca eficiência no seu estoque de matéria-prima e de produtos acabados, trajetória iniciada no segundo semestre de 2025 e que já apresentou resultados no 4T25, quando registrou redução de 48 dias de estoque versus o 4T24.

A Companhia terminou o 1T26 com 601 dias de estoque, redução de 77 dias versus o 1T25, 29 dias a mais do que foi reduzido no 4T25 vs 4T24, intensificando a trajetória de ganho de eficiência do estoque. No comparativo com Dez/2025, verifica-se um aumento de 23 dias, em razão da natural sazonalidade de aumento de estoques característica do primeiro trimestre do ano em preparação para sazonalidade do Dia das Mães e Dia dos Namorados que acontecem no segundo trimestre.

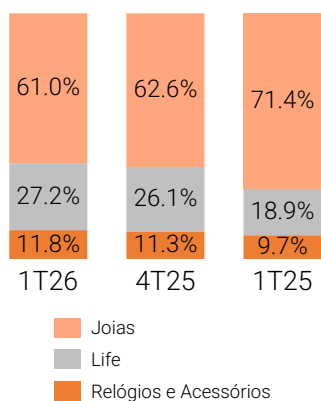
No 1T26, observa-se a redução das contas de produto acabado e de embalagens em relação ao 1T25. A conta da matéria-prima reflete o avanço do custo das *commodities*, parcialmente mitigado pela queda de quantidades de ouro e prata ano contra ano. O custo médio da prata segue sendo atualizado na medida em que compras de matéria-prima são feitas regularmente para abastecer a produção. Já a evolução do custo médio do ouro reflete o maior nível de cobertura.

Analisando a dinâmica do estoque de ouro, o custo médio desta matéria-prima no estoque aumentou 27,6% no comparativo anual, enquanto o custo dos produtos acabados de ouro no estoque aumentou 11,7% no mesmo período, variação esta bem inferior ao aumento do preço da *commodity*, que valorizou mais que 50% no mesmo período.

Estoques	1T26	4T25	1T25	Var. (%) QoQ	Var. (%) YoY
Produtos acabados	1.040.778	979.421	1.074.503	6,3%	-3,1%
Matéria Prima	456.970	443.046	370.289	3,1%	23,4%
Embalagens	52.538	56.459	59.247	-6,9%	-11,3%
<b>Estoques</b>	<b>1.550.286</b>	<b>1.478.926</b>	<b>1.504.039</b>	<b>4,8%</b>	<b>-1,7%</b>
COGS LTM	- 928.225	- 921.472	- 797.888	0,7%	16,3%
<b>Dias de Estoque<sup>1</sup></b>	<b>601</b>	<b>578</b>	<b>679</b>	<b>23</b>	<b>-77</b>

1. Dias de Estoque calculados considerando saldo de estoque, dividido pelo custo dos últimos doze meses, multiplicado por 360 dias

Produto Acabado | Por categoria  
Em R\$



A Companhia segue executando o plano de otimização do capital empregado, com avanço nas iniciativas apresentadas no call do 4T25 e foco nas seguintes frentes:

1. Ouro (matéria-prima): consumo do excesso e redução da cobertura por meio do uso no processo fabril;
2. Consumo de pedras e componentes (matéria-prima): redução da cobertura via incorporação em lançamentos e aproveitamento decorrente do derretimento componentes em excesso;
3. Ajuste do sortimento por loja: com a redução da quantidade de peças por lojas (Vivara e Life), mantendo a trajetória de queda nos indicadores de indisponibilidade/ruptura;
4. Derretimento de jóias em excesso (produto acabado) com nova rodada de derretimento de peças com alta cobertura, reduzindo estoque excedente.

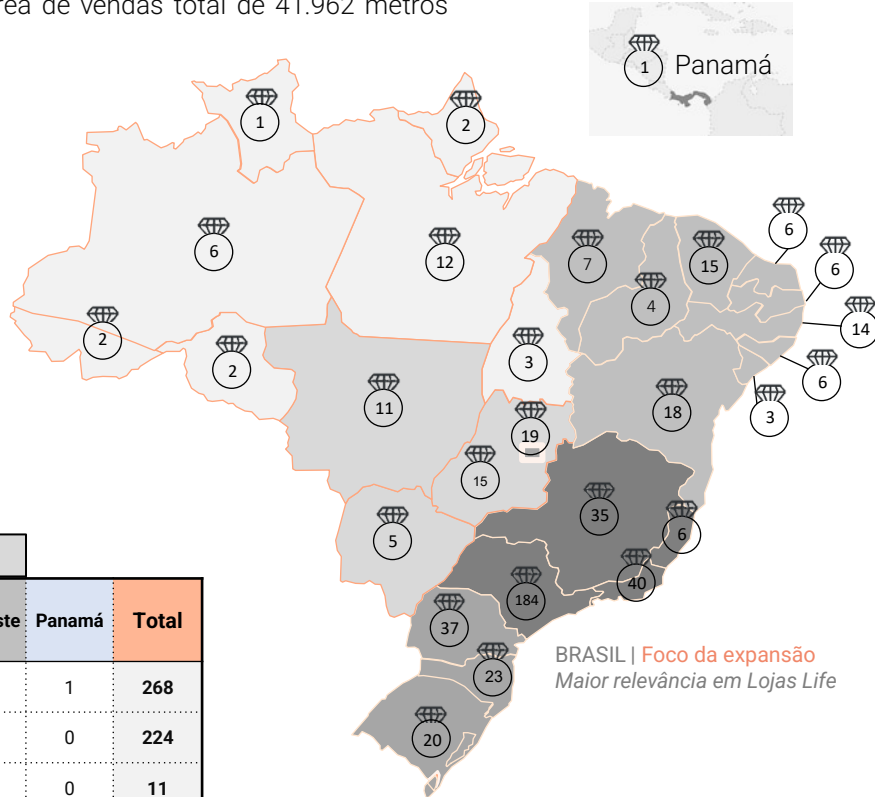
A Companhia encerrou o trimestre com 503 pontos de venda em operação, sendo 268 lojas Vivara (267 no Brasil e 1 no Panamá), 224 lojas Life e 11 quiosques, terminando o período com área de vendas total de 41.962 metros quadrados.

INTERNACIONAL | Fase exploratória  
Avaliação para o médio & longo prazo

Durante o 1T26, foram inauguradas 5 lojas Life, adicionando 390,9 metros quadrados ao parque.

A Companhia possui lojas em todas as regiões do país com maior concentração na região Sudeste, onde estão localizadas 52,7% do total de lojas.

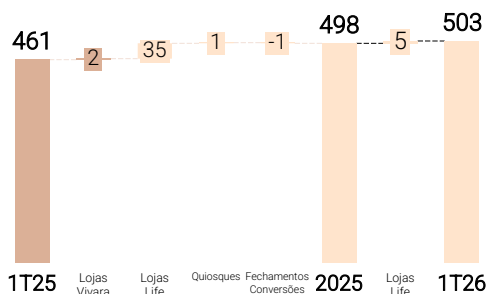
Atualmente, a Companhia está presente com ambas as marcas em 183 shoppings.



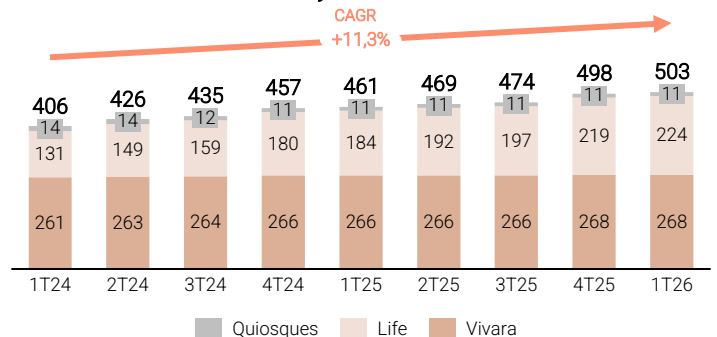
BRASIL | Foco da expansão  
Maior relevância em Lojas Life

Tipo	Brasil					Panamá	Total
	Norte	Centro-Oeste	Sul	Sudeste	Nordeste		
Loja Vivara	14	27	46	138	42	1	268
Loja Life	13	23	33	119	36	0	224
Quiosque	1	0	1	8	1	0	11
<b>TOTAL</b>	<b>28</b>	<b>50</b>	<b>80</b>	<b>265</b>	<b>79</b>	<b>1</b>	<b>503</b>

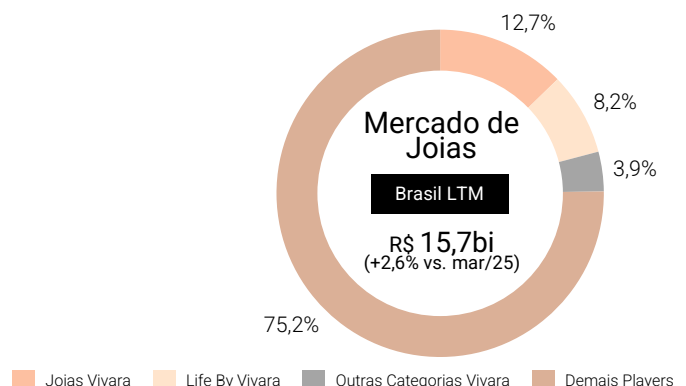
## EVOLUÇÃO ANUAL



## EVOLUÇÃO 24 MESES



**Market Share<sup>1</sup>:** A Companhia encerrou o 1T26 com 24,8% de participação no mercado brasileiro de joias<sup>1</sup> (+2,8 p.p. vs. 1T25), sendo 12,7% referente à categoria de joias Vivara, 8,2% à Life e 3,9% às demais categorias, compostas por Relógios e Acessórios. A conquista de *share* é reflexo do sucesso dos lançamentos de produtos, com gestão eficiente de mix, em conjunto com uma expansão sólida e gradual. A Companhia segue confiante na manutenção e expansão da sua posição de liderança no mercado, o que fortalecerá cada vez mais seus projetos de crescimento.



1. A Companhia utilizou como base o estudo da Euromonitor (2021), atualizado com indicadores do ICVA e informações internas da Companhia. Considera a receita total da Companhia

Com o objetivo de melhor traduzir as alavancas e entendimento do negócio, a Companhia passa a divulgar, neste documento, os resultados excluindo os efeitos do IFRS 16/CPC 06 (R2).

Abaixo está apresentada a conciliação entre a visão pré e pós IFRS-16.

DRE <sup>1</sup>	1T26			1T25		
	Pós IFRS 16	Ajustes	Pré IFRS 16	Pós IFRS 16	Ajustes	Pré IFRS 16
<b>Receita Bruta (ex-devoluções)</b>	<b>751.754</b>		<b>751.754</b>	<b>660.492</b>		<b>660.492</b>
Deduções da Receita (ex-Rec. Subvenção)	(221.212)		(221.212)	(204.957)		(204.957)
Rec. Subvenção	64.971		64.971	81.546		81.546
<b>Receita operacional líquida</b>	<b>595.512</b>		<b>595.512</b>	<b>537.081</b>		<b>537.081</b>
Custos	(179.154)	(711)	(179.865)	(172.402)	(674)	(173.076)
<b>Lucro Bruto</b>	<b>416.358</b>		<b>415.647</b>	<b>364.679</b>		<b>364.005</b>
<i>%Margem Bruta</i>	<i>69,9%</i>		<i>69,8%</i>	<i>67,9%</i>		<i>67,8%</i>
<b>Despesas Operacionais<sup>2</sup></b>	<b>(287.394)</b>		<b>(319.093)</b>	<b>(236.142)</b>		<b>(265.486)</b>
Despesas com Vendas	(224.731)	(30.611)	(255.343)	(183.744)	(28.307)	(212.050)
Despesas G&A	(55.925)	(1.088)	(57.013)	(50.415)	(1.037)	(51.452)
Outras Rec e Desp Oper.	(6.739)		(6.739)	(1.984)		(1.983)
<b>Depreciação (custos)</b>	<b>148</b>		<b>148</b>	<b>285</b>		<b>285</b>
<b>EBITDA</b>	<b>129.112</b>		<b>96.702</b>	<b>128.822</b>		<b>98.804</b>
<i>%Margem EBITDA</i>	<i>21,7%</i>		<i>16,2%</i>	<i>24,0%</i>		<i>18,4%</i>
<b>Itens não recorrentes</b>	<b>-</b>		<b>-</b>	<b>2.261</b>		<b>2.261</b>
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>129.112</b>		<b>96.702</b>	<b>131.083</b>		<b>101.065</b>
<i>%Margem EBITDA Ajustada</i>	<i>21,7%</i>		<i>16,2%</i>	<i>24,4%</i>		<i>18,8%</i>
Itens não recorrentes	-		-	(2.261)		(2.261)
Depreciação e Amortização	(38.739)	22.155	(16.584)	(38.400)	22.168	(16.232)
Resultado Financeiro	(35.858)	20.872	(14.986)	(19.813)	17.673	(2.140)
<b>LAIR</b>	<b>54.515</b>		<b>65.131</b>	<b>70.608</b>		<b>80.432</b>
IRPJ e CSLL	26.280	(3.194)	23.087	44.429	(2.496)	41.933
<b>Lucro Líquido</b>	<b>80.795</b>		<b>88.218</b>	<b>115.038</b>		<b>122.365</b>
<i>%Margem Líquida</i>	<i>13,6%</i>		<i>14,8%</i>	<i>21,4%</i>		<i>22,8%</i>

1. Saldos pré IFRS-16: os saldos excluem efeitos do IFRS-16 em relação aos arrendamentos mercantis relacionados a aluguel das lojas, escritório e fábrica.  
2. Saldos excluindo Depreciação e Amortização (D&A)

DRE (R\$ mil)   Pós IFRS 16	1T26	1T25	Var. (%)
<b>Receita Bruta de Vendas de Mercadorias</b>	<b>754.748</b>	<b>659.582</b>	<b>14,4%</b>
<b>Receita Bruta de Serviços</b>	<b>2.024</b>	<b>2.407</b>	<b>-15,9%</b>
Devoluções	(5.019)	(1.497)	235,3%
<b>Receita Bruta (Líqu. de devoluções)</b>	<b>751.754</b>	<b>660.492</b>	<b>13,8%</b>
Deduções da Receita Bruta	(156.241)	(123.411)	26,6%
<b>Receita Líquida</b>	<b>595.512</b>	<b>537.081</b>	<b>10,9%</b>
(-) Custos dos Produtos Vendidos e serviços prestados	(179.006)	(172.117)	4,0%
(-) Depreciações e Amortizações	(148)	(285)	-48,0%
<b>(=) Lucro Bruto</b>	<b>416.358</b>	<b>364.679</b>	<b>14,2%</b>
<b>(-) Despesas Operacionais</b>	<b>(325.985)</b>	<b>(274.258)</b>	<b>18,9%</b>
<b>Vendas (ex D&amp;A)</b>	<b>(224.730)</b>	<b>(183.744)</b>	<b>22,3%</b>
Pessoal	(118.327)	(103.090)	14,8%
Aluguéis e condomínios	(25.699)	(20.838)	23,3%
Descontos sobre arrendamentos	-	-	n.a
Frete	(13.321)	(7.173)	85,7%
Comissão sobre Cartões	(13.092)	(11.729)	11,6%
Serviços de Terceiros	(8.844)	(8.257)	7,1%
Despesas com Marketing	(27.625)	(19.844)	39,2%
Outras despesas com vendas	(17.823)	(12.812)	39,1%
<b>Gerais e Administrativas (ex D&amp;A)</b>	<b>(55.925)</b>	<b>(50.415)</b>	<b>10,9%</b>
Pessoal	(22.540)	(22.200)	1,5%
Aluguéis e condomínios	(412)	(255)	61,6%
Serviços de Terceiros	(19.659)	(18.749)	4,9%
Outras Despesas Gerais e Administrativas	(13.314)	(9.211)	44,5%
Depreciações e Amortizações	(38.591)	(38.115)	1,2%
Resultado de Equivalência Patrimonial	-	-	n.a
Outras Despesas (Receitas) Operacionais	(6.739)	(1.984)	239,8%
<b>(=) Lucro (Prejuízo) Antes das Financeiras</b>	<b>90.373</b>	<b>90.421</b>	<b>-0,1%</b>
<b>(=) Resultado Financeiro</b>	<b>(35.857)</b>	<b>(19.813)</b>	<b>81,0%</b>
Receitas Financeiras	14.235	13.851	2,8%
Despesas Financeiras	(50.093)	(33.664)	48,8%
<b>(=) Lucro Operacional</b>	<b>54.515</b>	<b>70.608</b>	<b>-22,8%</b>
Imposto de Renda e Contribuição Social	26.280	44.430	-40,9%
<b>(=) Lucro Líquido</b>	<b>80.795</b>	<b>115.038</b>	<b>-29,8%</b>

Balanço Patrimonial (R\$ mil)	1T26	2025	Var. (%)
<b>CIRCULANTE</b>			
Caixa e equivalentes de caixa	308.474	398.644	-22,6%
Títulos e valores mobiliários	-	-	na
Contas a receber	899.085	989.601	-9,1%
Contas a receber partes relacionadas	(0)	0	-400,0%
Estoques	1.550.286	1.478.926	4,8%
Impostos a recuperar	153.210	168.474	-9,1%
Despesas pagas antecipadamente e outros créditos	51.920	28.954	79,3%
<b>Total do ativo circulante</b>	<b>2.962.975</b>	<b>3.064.600</b>	<b>-3,3%</b>
<b>NÃO CIRCULANTE</b>			
Depósitos judiciais	29.028	28.227	2,8%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	614.994	568.589	8,2%
Instrumentos derivativos ativo	-	-	na
Despesas pagas antecipadamente e outros créditos	4.187	5.193	-19,4%
Impostos a recuperar	51.170	40.799	25,4%
Imobilizado	957.470	955.347	0,2%
Intangível	55.843	59.938	-6,8%
<b>Total do ativo não circulante</b>	<b>1.712.693</b>	<b>1.658.093</b>	<b>3,3%</b>
<b>ATIVO TOTAL</b>	<b>4.675.668</b>	<b>4.722.693</b>	<b>-1,0%</b>
<b>CIRCULANTE</b>			
Fornecedores	125.460	189.472	-33,8%
Fornecedores Convênio	814	4.610	-82,3%
Empréstimos e financiamentos	214.776	232.973	-7,8%
Obrigações trabalhistas e previdenciárias	121.290	143.620	-15,5%
Obrigações tributárias	76.072	123.909	-38,6%
Arrendamentos a pagar	12.831	14.487	-11,4%
Instrumentos derivativos passivo	41.062	22.729	80,7%
Arrendamentos direito de uso a pagar	83.307	83.186	0,1%
Juros sobre capital próprio a pagar	-	-	na
Dividendos a pagar	10	10	0,0%
Outras obrigações	39.496	28.951	36,4%
<b>Total do passivo circulante</b>	<b>715.120</b>	<b>843.948</b>	<b>-15,3%</b>
<b>NÃO CIRCULANTE</b>			
Empréstimos e financiamentos	298.394	298.303	0,0%
Provisão para riscos cíveis, trabalhistas e tributários	29.030	26.937	7,8%
Arrendamentos direito de uso a pagar	598.943	599.518	-0,1%
Outras obrigações	3.892	4.421	-12,0%
<b>Total do passivo não circulante</b>	<b>930.258</b>	<b>929.178</b>	<b>0,1%</b>
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>			
Capital social	2.572.025	2.572.025	0,0%
Reservas de Capital	(53.041)	(53.041)	0,0%
Ações em tesouraria	(26.818)	(26.818)	0,0%
Opções Outorgadas	2.058	1.976	4,1%
Reservas de lucros	455.502	(164.000)	-377,7%
Lucros acumulados	80.796	619.502	-87,0%
Outros Resultados Abrangentes	(233)	(78)	198,3%
<b>Total do patrimônio líquido</b>	<b>3.030.290</b>	<b>2.949.567</b>	<b>2,7%</b>
<b>TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>4.675.668</b>	<b>4.722.694</b>	<b>-1,0%</b>

<b>Fluxo de Caixa (R\$ mil)   Pós IFRS 16</b>	<b>1T26</b>	<b>1T25</b>	<b>Var. (%)</b>
<b>Lucro Líquido</b>	<b>80.795</b>	<b>115.039</b>	<b>-29,8%</b>
Ajustes do Lucro Líquido	63.484	25.690	147,1%
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>144.280</b>	<b>140.729</b>	<b>2,5%</b>
Variação nos ativos e passivos operacionais:			
Contas a receber	90.798	204.146	-55,5%
Partes Relacionadas	0	-	n.a.
Estoques	(70.388)	(171.461)	58,9%
Fornecedores	(67.751)	(211.326)	67,9%
Impostos a Recuperar	5.431	25.103	-78,4%
Obrigações Tributárias	(38.613)	(70.842)	45,5%
Outros ativos e passivos	(41.820)	(22.467)	-86,1%
<b>Caixa das atividades operacionais</b>	<b>21.938</b>	<b>(106.117)</b>	<b>120,7%</b>
-			
Imposto de Renda e Contribuição Social	(29.369)	(21.913)	-34,0%
Juros pagos de empréstimos e financiamentos	(21.579)	(6.276)	-243,8%
Juros pagos de arrendamentos de direito de uso	(10.640)	(9.660)	-10,1%
<b>Caixa líquido das atividades operacionais</b>	<b>(39.650)</b>	<b>(143.966)</b>	<b>72,5%</b>
-			
Ações em Tesouraria	-	-	n.a.
Imobilizado	(18.014)	(14.648)	-23,0%
Intangível	(563)	(5.022)	88,8%
Outros	-	(22.331)	100,0%
<b>Caixa das atividades de Investimentos</b>	<b>(18.577)</b>	<b>(42.001)</b>	<b>55,8%</b>
-			
Dividendos e JCP	-	-	-
Empréstimos e financiamentos	-	87.424	n.a.
Arrendamento do Direito de Uso	(31.943)	(29.670)	-7,7%
Outros	-	(1)	100,0%
<b>Caixa das atividades de financiamento</b>	<b>(31.943)</b>	<b>57.754</b>	<b>-155,3%</b>
<b>Aumento (redução) de caixa e equivalente de caixa</b>	<b>(90.170)</b>	<b>(128.213)</b>	<b>29,7%</b>

ROIC <sup>1</sup> (R\$ milhões)	1T26	1T25	Var. (R\$ M)	Var. (%)
<b>EBITDA Ajustado LTM</b>	<b>761,9</b>	<b>701,4</b>	<b>60,6</b>	<b>8,6%</b>
(-) D&A	(65,7)	(60,3)	(5,4)	9,0%
Alíquota Caixa	-13,2%	-13,9%	0,6 p.p.	
<b>NOPAT</b>	<b>604,0</b>	<b>552,3</b>	<b>51,8</b>	<b>9,4%</b>
<b>(=) Ativo Circulante ajustado</b>	<b>2.654,5</b>	<b>2.468,6</b>	<b>185,9</b>	<b>7,5%</b>
(+) Contas a Receber	899,1	751,0	148,1	19,7%
(+) Estoque	1.550,3	1.504,0	46,2	3,1%
(+) Outros	205,1	213,5	(8,4)	-3,9%
<b>(=) Passivo Circulante ajustado</b>	<b>459,3</b>	<b>450,2</b>	<b>9,1</b>	<b>2,0%</b>
(+) Fornecedores	126,3	163,9	(37,6)	-23,0%
(+) Obrigações trabalhistas e tributárias	197,4	155,8	41,5	26,6%
(+) Arrendamento	96,1	97,2	(1,0)	-1,1%
(+) Outros (Ex-dividendos a pagar) <sup>2</sup>	39,5	33,3	6,2	18,6%
<b>(=) Ativo Não-Circulante ajustado</b>	<b>421,0</b>	<b>419,5</b>	<b>1,5</b>	<b>0,3%</b>
(+) Imobilizado	1.013,3	943,1	70,2	7,4%
(-) Imobilizado IFRS16	(592,3)	(523,6)	(68,7)	13,1%
<b>(=) Capital Empregado</b>	<b>2.616,2</b>	<b>2.471,2</b>	<b>145,0</b>	<b>5,9%</b>
<b>(=) ROIC - IR/CS Alíquota Caixa</b>	<b>23,1%</b>	<b>22,7%</b>	<b>0,4 p.p.</b>	<b>22,7 p.p.</b>

1. Calculado considerando alíquota caixa e NOPAT LTM (últimos doze meses) e capital empregado do fim dos períodos.  
2. Considerando apenas ativos e passivos operacionais

- **Saldos pré IFRS-16:** Neste documento estão apresentadas tabelas e saldos visão pré-IFRS 16 até a página 15, excluindo os efeitos do IFRS 16/CPC 06 (R2). A conciliação entre os saldos pré e pós IFRS 16 está apresentada no anexo deste documento na (página 16).
- **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 156/22.. 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, instrumentos derivativos e operações de risco sacado de curto e longo prazos presentes no Passivo Circulante e no Passivo Não Circulante da Companhia subtraídos da soma de Caixa e Equivalentes de Caixa com Títulos e Valores Mobiliários presentes no Ativo Circulante e no Ativo Não Circulante da Companhia.
- A Companhia entende que o Índice de **Dívida Líquida/EBITDA Ajustado** auxilia na avaliação da alavancagem e liquidez. O **EBITDA Ajustado LTM** (*Last Twelve Months EBITDA*) é a somatória dos últimos 12 meses e também representa uma alternativa da geração operacional de caixa.
- O **EBITDA Ajustado**, a **Dívida Líquida**, o indicador **Dívida Líquida/EBITDA Ajustado LTM**, **Geração de Caixa Operacional** e **Lucro Líquido Ajustado** apresentadas neste documento não são medidas de lucro segundo as práticas contábeis adotadas no Brasil e não representam os fluxos de caixa dos períodos apresentados e, portanto, não são uma medida alternativa aos resultados ou fluxos de caixa.
- **Geração de Caixa Operacional** aqui apresentada é uma medição gerencial, resultante do fluxo de caixa de atividades operacionais apresentado na Demonstração de Fluxo de Caixa (DFC), ajustada pelo “Arrendamento do direito de uso”, que a partir de adoção do CPC06/IFRS16 passou a ser contabilizado na DFC, como atividade de financiamento.
- As vendas mesmas lojas (Same Store Sales | SSS) considera a receita bruta líquida de devoluções, de lojas com 12 meses de operação no início do trimestre, excluindo lojas com restrição de funcionamento. Exemplo: no 1T26 são consideradas lojas inauguradas até 31/12/2024.

## AVISO LEGAL

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

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

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

## RELAÇÕES COM INVESTIDORES

Thiago Borges – Diretor Presidente

Elias Leal – Diretor de Finanças e Relações com Investidores

Caio Barbuto – Gerente Executivo de RI e Tesouraria

Gabriela Luz – Analista de RI

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



VIVARA

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

# VIVARA



---

## EARNINGS

---

1 Q 2 6 • RELEASE

Q&A SESSION

Friday, May 08 |  
11h (BRT) | 10h (US ET)

[click here](#)

# HIGHLIGHTS



## 1. ROBUST OPERATING CASH GENERATION

Operating cash generation<sup>1</sup> of R\$ 92.2 million, reversing the cash consumption of R\$ 173.6 million in 1Q25, driven by lower purchases of products and raw materials in line with the inventory optimization plan.

## 2. CONTINUOUS GROWTH TRAJECTORY

Gross revenue (net of returns) increased by 13.8% in 1Q26 vs. 1Q25, driven by healthy same-store sales (SSS<sup>2</sup>) of 9.7% and digital sales growth of 16.2% vs. 1Q25, with emphasis on the resilience of the Vivara Jewelry category.

## 3. GROSS MARGIN EVOLUTION

Gross margin expansion of 2.0 p.p. vs. 1Q25, reaching 69.8%, supported by the continuous management of markups and the balancing of multi-metal strategies, with emphasis on the high portfolio innovation capacity as a profitability lever and on the natural hedge provided by the Company's current inventory dynamics and metal recycling capabilities, mitigating abrupt fluctuations in average cost.

## 4. RETURN MAXIMIZATION

With the growth in operating results over the last twelve months and the optimization of invested capital, the quarter recorded an improvement in return on invested capital (ROIC<sup>3</sup>), totaling 23.1%, 0.4 p.p. above 1Q25.

1. Operating cash generation considering the R\$ 163.8 million of credit card receivables from the period that were anticipated in Dec/25 to advance the payment of 2025 dividends.
2. Same-store sales (SSS) consider gross revenue net of returns from stores with at least 12 months of operation at the beginning of the quarter, excluding stores with operating restrictions.
3. Calculated considering the cash tax rate, LTM (last twelve months) NOPAT and invested capital at the end of the periods.

## FINANCIAL PERFORMANCE

Vivara Participações presents the summary table of the financial performance for the first quarter of 2026.

With the objective of better conveying the business drivers and enhancing the understanding of the business, the Company begins to disclose, in this document, the results under a pre-IFRS 16 view up to page 15, excluding the effects of IFRS 16 / CPC 06 (R2). The reconciliation between pre- and post-IFRS 16 balances is presented in the appendix to this document (page 16).

In R\$ (0,000)	1Q26 <sup>1</sup>	1Q25 <sup>1</sup>	Var. (%)
<b>Gross Revenue (net of returns)</b>	<b>751,754</b>	<b>660,492</b>	<b>13.8%</b>
Revenue Deductions (excluding Subsidy Revenue)	(221,212)	(204,957)	7.9%
Subsidy Revenue	64,971	81,546	-20.3%
<b>Net Operating Revenue</b>	<b>595,512</b>	<b>537,081</b>	<b>10.9%</b>
Costs	(179,865)	(173,076)	3.9%
<b>Gross Profit</b>	<b>415,647</b>	<b>364,005</b>	<b>14.2%</b>
<b>Gross Margin (%)</b>	<b>69.8%</b>	<b>67.8%</b>	<b>2.0 p.p.</b>
<b>Operating Expenses<sup>2</sup></b>	<b>(319,093)</b>	<b>(265,486)</b>	<b>20.2%</b>
Selling Expenses	(255,343)	(212,050)	20.4%
G&A Expenses	(57,012)	(51,452)	10.8%
Other Operating Revenues (Expenses)	(6,739)	(1,983)	239.8%
<b>Depreciation (costs)</b>	<b>148</b>	<b>285</b>	<b>-48.0%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>96,702</b>	<b>98,804</b>	<b>-2.1%</b>
<b>EBITDA Margin (%)</b>	<b>16.2%</b>	<b>18.4%</b>	<b>(2.2 p.p.)</b>
<b>Non-recurring Items</b>	<b>-</b>	<b>2,261</b>	<b>n.a.</b>
<b>Adjusted EBITDA</b>	<b>96,702</b>	<b>101,065</b>	<b>-4.3%</b>
<b>Adjusted EBITDA Margin (%)</b>	<b>16.2%</b>	<b>18.8%</b>	<b>(2.6 p.p.)</b>
Non-recurring Items	-	(2,261)	n.a.
Depreciation and Amortization	(16,584)	(16,232)	2.2%
Financial Result	(14,986)	(2,140)	n.a.
Corporate Income Tax (IRPJ) and Social Contribution (CSLL)	23,087	41,933	-44.9%
<b>Net Income</b>	<b>88,218</b>	<b>122,365</b>	<b>-27.9%</b>
<b>Net Margin (%)</b>	<b>14.8%</b>	<b>22.8%</b>	<b>(8.0 p.p.)</b>



1. Pre-IFRS 16 balances: the balances exclude the effects of IFRS 16 related to lease agreements associated with the rental of stores, office and factory in the balances disclosed up to page 15. The reconciliation between post- and pre-IFRS 16 balances is presented in the appendix to this document (page 16).

2. Balances excluding Depreciation and Amortization (D&A).

Revenue per channel and product	1Q26	1Q25	Var. (%)
<b>Gross Revenue (net of returns)</b>	<b>751,754</b>	<b>660,492</b>	<b>13.8%</b>
<b>Per product</b>			
Jewelry	388,659	329,151	18.1%
Life	252,753	233,614	8.2%
Watches	97,764	83,105	17.6%
Accessories and services	12,578	14,621	-14.0%
<b>Per channel</b>			
Physical Stores	647,872	573,803	12.9%
Vivara Stores	483,183	435,365	11.0%
Life Stores	160,764	135,149	19.0%
Kiosks	3,925	3,289	19.4%
Digital Sales	97,900	84,240	16.2%
Others	5,982	2,449	144.3%
<b>SSS (physical stores)</b>	<b>9.7%</b>	<b>10.1%</b>	<b>na</b>
<b>SSS (physical stores + digital)</b>	<b>10.5%</b>	<b>9.1%</b>	<b>na</b>

1. Same-store sales (SSS) consider gross revenue net of returns from stores with at least 12 months of operation at the beginning of the quarter, excluding stores with operating restrictions.

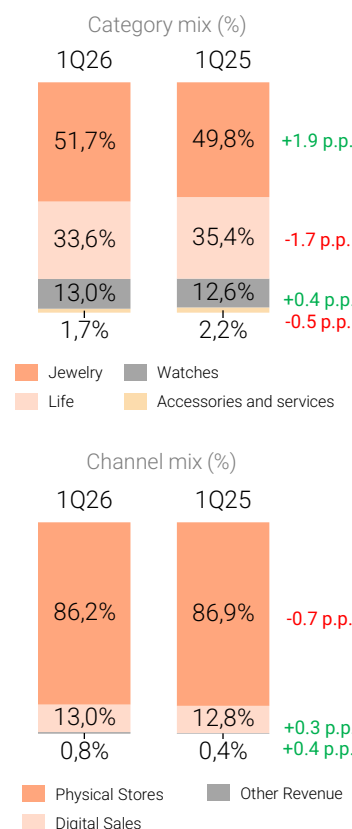
Gross revenue (net of returns) in 1Q26 reached R\$ 751.8 million, 13.8% higher than that recorded in 1Q25.

The Jewelry category was the highlight of the quarter, with growth of 18.1% compared to 1Q25, driven by a 7.0% increase in average ticket and 10.3% growth in volume. This performance was supported by the strong results of the Vivara Silver and Silver/Gold subcategories, which combined represented 9.9% of sales in the period, compared to 6.2% in 1Q25, as well as by the Wedding Bands subcategory, which recorded a 16.5% increase in average ticket and 2.8% growth in volume. The quarterly result reinforces Vivara Silver and Silver/Gold as volume levers due to the attractive price ranges offered to the Company's customers, as well as the resilience of the Jewelry category given the lower elasticity of higher value-added products.

The Life category advanced 8.2% year over year, reflecting a 17.3% increase in average ticket and a 7.8% decline in volume. The increase in average ticket resulted from the growth of higher-ticket subcategories, such as Collections and Commercials, as well as from price repositioning implemented in 2Q25 and 1Q26 in the Moments subcategory. Excluding Moments from the 1Q26 analysis, which accounts for 50% of units sold and 32% of revenue, the Life category recorded 17.3% growth in volume and a 0.3% increase in average ticket compared to 1Q25. Among all subcategories, Commercials stood out with 8.5% growth in volume and 14.2% growth in average ticket during the period.

Finally, the Watches category recorded 17.6% year over year growth, with 6.5% growth in volume and 10.4% growth in average ticket. Both fashion and premium watches delivered consistent performance during the quarter, growing in both average ticket and volume. The highlight was the premium subcategory, which grew 31.5% in 1Q26 compared to 1Q25, driven by improved accuracy in inventory allocation across stores.

From a channel perspective, performance was driven by: (i) 9.7% SSS growth in physical stores, (ii) the increase in the number of stores in 2025 and 2026 with the addition of 46 points of sale, of which 44 were Life stores, and (iii) 16.2% growth in the digital channel.

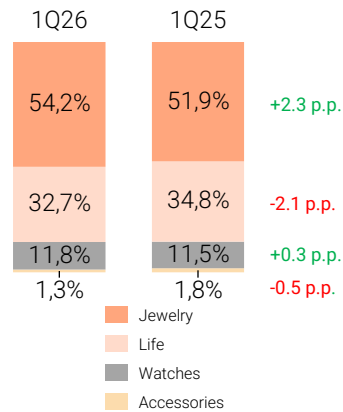


## Physical Stores

In 1Q26, physical stores posted revenue of R\$ 647.9 million, an expansion of 12.9% year-over-year. During the quarter, revenue growth at Vivara and Life stores amounted to 11.0% and 19.0%, respectively. Consolidated SSS growth reached 9.7% compared to 1Q25.

Breakdown by Business (R\$ thousand)		1Q26	1Q25	Var. (%)
Vivara	Number of stores	268	266	2
	Net openings	-	-	-
	Sales area (sqm)	24,937	24,753	0.7%
	Gross revenue (net of returns)	483,183	435,365	11.0%
	Sales/sqm (R\$)	19,376	17,589	10.2%
Life	Number of stores	224	184	40
	Net openings	5	4	1
	Sales area (sqm)	16,951	13,821	22.6%
	Gross revenue (net of returns)	160,764	135,149	19.0%
	Sales/sqm (R\$)	9,484	9,779	-3.0%
Kiosks	Number of kiosks	11	11	-
	Net openings	-	-	-
	Sales area (sqm)	74	68	8.8%
	Gross revenue (net of returns)	3,925	3,289	19.4%
	Sales/sqm (R\$)	53,044	48,364	9.7%
Total	Number of points of sale	503	461	42
	Net openings	5	4	1
	Sales area (sqm)	41,962	38,641	8.6%
	Gross revenue (net of returns)	647,872	573,803	12.9%
	Sales/sqm (R\$)	15,440	14,849	4.0%

### Gross Revenue | Physical stores Category mix (%)



Analyzing sales per square meter (sales/m<sup>2</sup>), a 4.0% increase in productivity was recorded in the quarter. The Vivara channel posted a 10.2% gain, driven by assertive markup management and the increase in the average ticket of the Vivara Jewelry category, while the Life channel recorded a 3.0% decline. The decrease in sales/m<sup>2</sup> at Life stores is exclusively due to the mix effect, as newer store cohorts, still in the maturation phase, have been gaining greater representation within the total store base, impacting the channel's average. All Life store cohorts recorded growth in sales/m<sup>2</sup> during the quarter, with the oldest cohorts remaining the most productive. As a result of the natural expansion process, the earliest cohorts have been losing representativeness within the total store base, diluting their positive impact on the consolidated indicator.



## Vivara Stores



With 267 points of sale in Brazil and 1 in Panama, Vivara stores recorded revenue of R\$ 483.2 million in 1Q26, representing growth of 11.0% and SSS expansion of 10.8% compared to 1Q25. The channel continues to deliver strong performance, driven by (i) disciplined markup management, and (ii) continuous innovation, such as the expansion of assortment and increased representation of Vivara Silver and silver/gold collections.

The level of cannibalization resulting from the addition of new Life brand stores remains at healthy levels. In 1Q26, revenue from Vivara stores located in malls that host both brands (183 as of Mar/26) grew 10.8% compared to 1Q25, in line with the channel's SSS. When excluding Life category sales from these Vivara stores, revenue growth reaches 16.4%.

## Life Stores

Life store revenue increased by 19.0% in 1Q26 compared to the same period of the prior year, reaching R\$ 160.8 million. The expansion is explained by (i) the opening of 44 new Life stores in 2025 and 2026 and (ii) SSS growth of 6.2% in 1Q26.

During the quarter, Life stores accounted for 59.2% of Life category sales, a representation 5.2 p.p. higher than that recorded in the same quarter of the prior year. In addition, the category gained share in the digital channel, as highlighted in the section below, reinforcing the high level of brand adherence in the online sales format.

At the end of the quarter, the 131 mature Life stores (stores opened more than two years ago) recorded average annual revenue of R\$ 5.0 million. This outcome is expected as new stores, located in shopping malls with different profiles, join the group of mature stores alongside the initial cohorts, which were predominantly located in premium malls. As a result, revenue increasingly reflects the average productivity of the store base, rather than solely the productivity of premium stores.

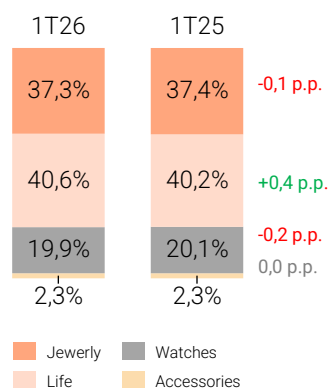


## Digital Sales

During the quarter, digital sales totaled R\$ 97.9 million, representing growth of 16.2% compared to 1Q25. The strong performance of the digital channel in the quarter reflects the maturity of the Company's omnichannel strategy and the capture of gains from investments made in recent quarters. OMS sales accounted for 61.7% in 1Q26, compared to 49.2% in the comparative period. The new app represented 18% of channel sales in 1Q26, compared to 15% in 4Q25, bringing more targeted traffic and a conversion rate 140% higher than the website. In addition, the personal shoppers model recorded revenue of R\$ 5.6 million in the period, an increase of 122% year over year.

From a category perspective, emphasis was placed on the Life category, which registered growth of 17.4% in the quarter compared to 1Q25 and increased its mix in the Digital channel by 0.4 p.p., a channel that has increasingly attracted consumers of the category.

Gross Revenue | Digital Sales  
by category (%)



During the quarter, the gross revenue deductions<sup>1</sup> line increased by 26.6% compared to 1Q25 and represented 20.8% of gross revenue.

Subsidy revenue totaled R\$ 65.0 million in the period, corresponding to 8.6% of the quarter's gross revenue, compared to R\$ 81.5 million in 1Q25. The observed dynamics reflect the positive effect of the operation of the new distribution center in Espírito Santo, which generated R\$ 12.2 million in the quarter, partially offsetting the lower manufacturing pace when compared to 1Q25, as part of the inventory optimization plan.

As a result of the inventory optimization and working capital efficiency strategy, an impact was also observed in the reduction of fees and taxes related to the Manaus manufacturing operation, namely UEA, F.T.I. and PIS/COFINS on royalty revenue.

The dynamics of deductions in the quarter resulted in net revenue growth of 10.9%, below the 13.8% expansion in gross revenue. Excluding the effects of subsidy revenue and taxes related to the in-house manufacturing operation, net revenue in the period would have grown in line with gross revenue.

Revenue Deductions	1Q26	1Q25	Var. (%)
<b>Gross Revenue<sup>1</sup></b>	<b>751,754</b>	<b>660,492</b>	<b>13.8%</b>
Revenue Deductions	(156,241)	(123,411)	26.6%
% Gross Revenue	-20.8%	-18.7%	(2.1 p.p.)
ICMS, ISS and PIS/COFINS (ex- copyright <sup>2</sup> )	(205,205)	(180,464)	13.7%
% Gross Revenue <sup>1</sup>	-27.3%	-27.3%	0.0 p.p.
Subvention Revenue (ICMS)	64,971	81,546	-20.3%
% Gross Revenue <sup>1</sup>	8.6%	12.3%	(3.7 p.p.)
F.T.I., UEA and PIS/COFINS about Copyright <sup>2</sup>	(16,007)	(24,494)	-34.7%
% Gross Revenue <sup>1</sup>	-2.1%	-3.7%	1.6 p.p.
<b>Net Revenue</b>	<b>595,512</b>	<b>537,081</b>	<b>10.9%</b>

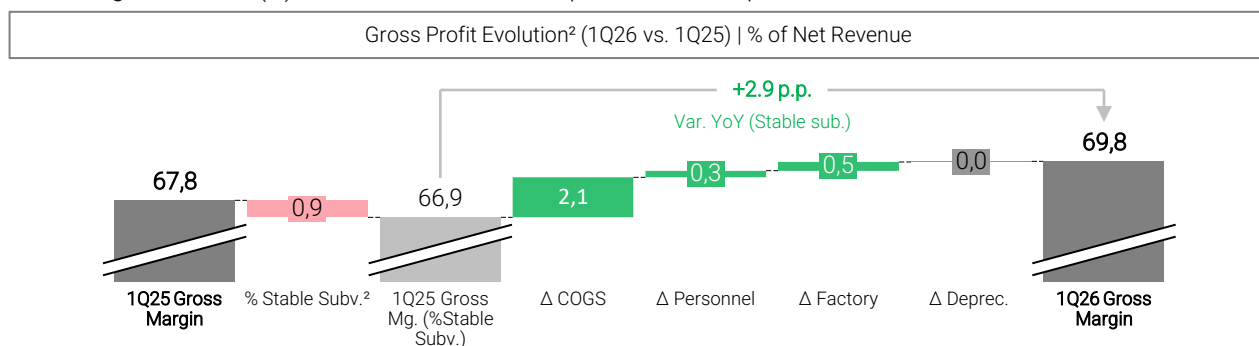


1. Considers gross revenue net of returns.

Gross Profit (R\$, 000) and Gross Margin (%)	1Q26	1Q25	Var. (%)
<b>Gross Revenue<sup>1</sup></b>	<b>751,754</b>	<b>660,492</b>	<b>13.8%</b>
<b>Net Revenue</b>	<b>595,512</b>	<b>537,081</b>	<b>10.9%</b>
<b>Costs</b>	<b>(179,865)</b>	<b>(173,076)</b>	<b>3.9%</b>
<i>% Net Revenue</i>	<i>-30.2%</i>	<i>-32.2%</i>	<i>2.0 p.p.</i>
Acquisition of input, raw materials and products	(176,345)	(165,673)	6.4%
<i>% Net Revenue</i>	<i>-29.6%</i>	<i>-30.8%</i>	<i>1.2 p.p.</i>
Factory Expenses	(3,520)	(7,403)	-52.5%
<i>% Net Revenue</i>	<i>-0.6%</i>	<i>-1.4%</i>	<i>0.8 p.p.</i>
Personnel	(2,673)	(4,111)	-35.0%
Factory expenses	(699)	(3,007)	-76.8%
Depreciation	(148)	(285)	-48.0%
<b>Gross profit</b>	<b>415,647</b>	<b>364,006</b>	<b>14.2%</b>
<b>Gross margin (% Net Revenue)</b>	<b>69.8%</b>	<b>67.8%</b>	<b>2.0 p.p.</b>

Gross profit in 1Q26 totaled R\$ 415.6 million, representing growth of 14.2% vs. 1Q25, with a gross margin of 69.8%. The Company presents in the chart below the evolution from the gross margin reported in 1Q25 to the gross margin in 1Q26.

The gross margin expansion was supported by: (i) the continuous management of multi-metal strategies, with emphasis on the strong mix innovation capability as a profitability lever, (ii) the natural hedge provided by the Company's current inventory dynamics and metal recycling capabilities, mitigating abrupt fluctuations in average cost, and (iii) the normalization of import costs compared to 1Q25.



**1. Subsidy Revenue (Factory + DC):** In line with the inventory optimization strategy, the manufacturing pace in the quarter was lower than that executed in the prior year, resulting in lower subsidy revenue and taxes in Manaus<sup>2</sup> in 1Q26 vs. 1Q25. Assuming the same subsidy and tax percentages observed in 1Q26, of 8.6% and 3.7% of gross revenue, respectively, applied to the 1Q25 results, the comparable margin would be 66.9%, compared to 67.8% recorded in 1Q25, representing an effect of 0.9 p.p. due to the variation in subsidy revenue and related taxes as a percentage of net revenue. In order to isolate this effect, the remaining line item variations were calculated under a stable subsidy regime<sup>2</sup>.

**2. COGS:** showed a positive effect of 2.1 p.p., driven by the following factors:

- **2.1 Vivara (Jewelry):** In 1Q26, the Vivara Jewelry category recorded a margin increase, driven by share gains in higher-markup subcategories such as Vivara Silver and Silver/Gold, in addition to being positively impacted by the price repositioning implemented during the quarter. The high coverage of gold products, combined with reduced purchases and the melting processes of low-rotation items, continues to protect the average gold cost in finished products. This category was the main contributor to the improvement in the line item.
- **2.2 Life:** The category continues to present the highest gross margin among all the Company's categories. In the year-over-year comparison, it recorded a slight margin contraction, resulting from the natural increase in silver costs in inventories, partially mitigated by the price repositioning implemented throughout the quarter. In the period, Life items produced in Manaus represented 60.7% of sales, compared to 60.4% recorded in 1Q25.

1. Considers gross revenue net of returns.

2. For comparability purposes, the stable subsidy concept is presented in order to equalize the level of subsidy revenue and taxes in Manaus production of the prior period (comparative) to the level of the current period, neutralizing positive or negative variations that these line items may generate in the Company's results.

**2.3 Watches:** The category recorded an almost stable margin. This performance is explained by the expansion of markups in fashion watches, driven by a reduction in the acquisition cost of components, which was partially offset by growth in premium watches, which carry lower markups than fashion watches.

**3. Factory + Personnel:** Both line items reflect productivity efficiency gains achieved throughout 2025, resulting from the reduction in rework rates, which enabled a decrease in manufacturing headcount and a lower incidence of overtime hours.

## Operating Expenses

	1Q26	1Q25	Var. (%)
<b>Selling Expenses (R\$, 000)</b>	<b>(255,342)</b>	<b>(212,050)</b>	<b>20.4%</b>
<i>% of Net Revenue</i>	<i>-42.9%</i>	<i>-39.5%</i>	<i>(3.4 p.p.)</i>
Personnel	(118,326)	(103,090)	14.8%
<i>% of Net Revenue</i>	<i>-19.9%</i>	<i>-19.2%</i>	<i>(0.7 p.p.)</i>
Rent and Condominium Fees	(56,310)	(49,145)	14.6%
<i>% of Net Revenue</i>	<i>-9.5%</i>	<i>-9.2%</i>	<i>(0.3 p.p.)</i>
Freight	(13,321)	(7,173)	85.7%
<i>% of Net Revenue</i>	<i>-2.2%</i>	<i>-1.3%</i>	<i>(0.9 p.p.)</i>
Card Fees	(13,092)	(11,729)	11.6%
<i>% of Net Revenue</i>	<i>-2.2%</i>	<i>-2.2%</i>	<i>(0.0 p.p.)</i>
Professional Services	(8,844)	(8,257)	7.1%
<i>% of Net Revenue</i>	<i>-1.5%</i>	<i>-1.5%</i>	<i>0.1 p.p.</i>
Marketing Expenses	(27,625)	(19,844)	39.2%
<i>% of Net Revenue</i>	<i>-4.6%</i>	<i>-3.7%</i>	<i>(0.9 p.p.)</i>
Other Selling Expenses	(17,822)	(12,812)	39.1%
<i>% of Net Revenue</i>	<i>-3.0%</i>	<i>-2.4%</i>	<i>(0.6 p.p.)</i>

During the quarter, Selling Expenses totaled R\$ 255.3 million, representing growth of 20.4% compared to 1Q25, accounting for 42.9% of net revenue in the period, 3.4 p.p. above that recorded in the same period of the prior year. The main differences compared to the prior year were:

- i. **Marketing:** in the first quarter, investments are made with a focus on boosting Mother's Day and Valentine's Day seasonality. Compared to 1Q25, higher investments were made in performance media, events and branding, in line with historical levels and the annual plan.
- ii. **Freight:** as communicated since the second half of 2025, the increase in freight expenses reflects the opening of the Espírito Santo distribution center in Jun/25, combined with the transfer of items among stores as part of the inventory optimization agenda. This line item will become comparable to the prior year as of the third quarter.
- iii. **Other expenses:** higher incidence of pre-operating and operating expenses related to stores, both to be opened and recently opened, including travel expenses for the commercial training team and store petty cash expenses.

	1Q26	1Q25	Var. (%)
<b>General and Administrative Expenses (R\$,000)</b>	<b>(57,012)</b>	<b>(51,452)</b>	<b>10.8%</b>
<i>% of Net Revenue</i>	-9.6%	-9.6%	0.0 p.p.
Personnel	(22,540)	(22,200)	1.5%
<i>% of Net Revenue</i>	-3.8%	-4.1%	0.3 p.p.
Professional Services	(19,659)	(18,749)	4.9%
<i>% of Net Revenue</i>	-3.3%	-3.5%	0.2 p.p.
Other General and Administrative Expenses	(14,814)	(10,503)	41.0%
<i>% of Net Revenue</i>	2.5%	2.0%	(0.5 p.p.)

1. Other General and Administrative Expenses are composed of: (i) Rent and condominium expenses, (ii) Electricity, water and telephone, (iii) Taxes and fees and (iv) Other expenses by nature.

General and Administrative Expenses for the quarter totaled R\$ 57.0 million, representing an increase of 10.8% compared to 1Q25 and in line with net revenue growth when compared to the same period of the prior year, with emphasis on:

(i) Personnel expenses, which became less representative as a percentage of net revenue due to lower bonus payments compared to the comparative period. Excluding variations in the bonus and incentives line, personnel expenses grew 7.9% year over year.

(ii) Higher spending on Other General and Administrative Expenses, mainly reflecting increased investments in store warehouse infrastructure.

	1Q26	1Q25	Var. (%)
<b>Other Operating Income (Expenses) (R\$,000)</b>	<b>(6,740)</b>	<b>(1,983)</b>	<b>239.8%</b>
<i>% of Net Revenue</i>	-1.1%	-0.4%	(0.8 p.p.)

The Other Operating Revenues (Expenses) line in 1Q26 recorded an expense of R\$ 6.7 million, compared to an expense of R\$ 2.0 million in 1Q25. The variation is mainly explained by the increase in labor contingencies and settlement agreements in the period, reflecting the expansion of the employee base and changes in provisioning due to an updated outlook.



## 1Q26 | EBITDA AND EBITDA MARGIN

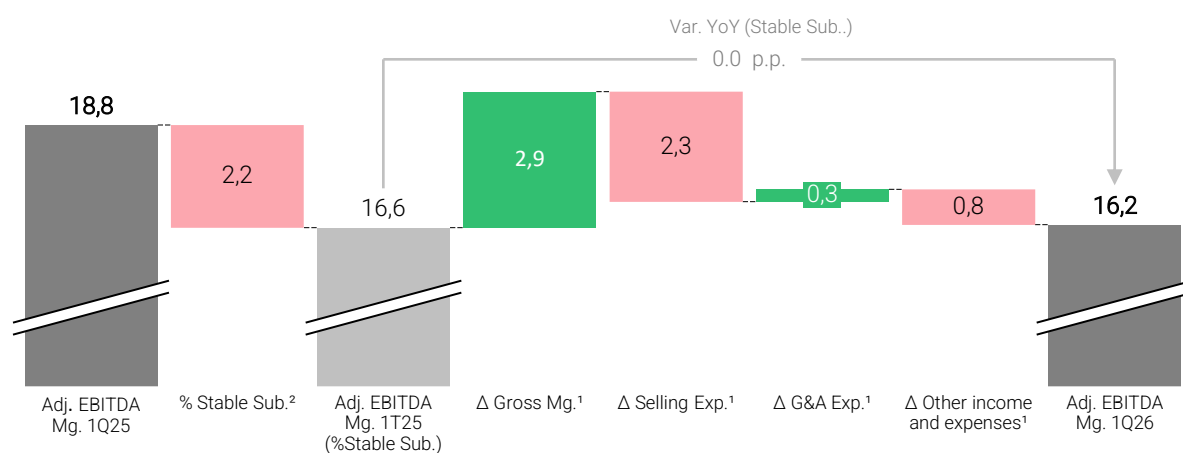
<b>EBITDA Reconciliation (R\$, 000)</b>	<b>1Q26</b>	<b>1Q25</b>	<b>Var. (%)</b>
<b>Net Income</b>	<b>88,218</b>	<b>122,365</b>	<b>-27.9%</b>
<i>Net margin (%)</i>	<i>14.8%</i>	<i>22.8%</i>	<i>(8.0 p.p.)</i>
(+) Income and Social Contribution Taxes	(23,087)	(41,933)	-44.9%
(+) Financial Result	14,986	2,140	600.4%
(+) Depreciation and Amortization	16,584	16,232	2.2%
<b>Total EBITDA</b>	<b>96,702</b>	<b>98,804</b>	<b>-2.1%</b>
<i>Adjusted EBITDA Margin (%)</i>	<i>16.2%</i>	<i>18.4%</i>	<i>(2.2 p.p.)</i>
(+) Non-recurring effect	-	2,261	n.a.
<b>Adjusted EBITDA</b>	<b>96,702</b>	<b>101,065</b>	<b>-4.3%</b>
<i>Adjusted EBITDA Margin (%)</i>	<i>16.2%</i>	<i>18.8%</i>	<i>(2.6 p.p.)</i>

In 1Q26, EBITDA totaled R\$ 96.7 million, with an EBITDA margin of 16.2%, 2.2 p.p. below that recorded in 1Q25.

As described in the Gross Profit section, the EBITDA comparison is also impacted by lower subsidy revenue and taxes in Manaus. Assuming the same subsidy and tax percentage observed in 1Q26, which combined total 6.5% of gross revenue, applied to the 1Q25 results, EBITDA in 1Q25 would have been R\$ 84.8 million, with a comparable margin of 16.2%. Under this comparison, EBITDA in 1Q26 shows growth of 14.1% compared to 1Q25.

When analyzing the EBITDA margin for the quarter on a comparable basis, a stable margin of 16.2% is observed, with emphasis on gross margin expansion (+2.9 p.p.), supported by the strong mix innovation capability as a profitability lever and by the natural hedge provided by the Company's current inventory dynamics and metal recycling capacity. This was offset by higher selling expenses (-2.3 p.p.), reflecting higher marketing investments focused on Mother's Day and Valentine's Day seasonality, as well as higher freight expenses related to the establishment of the Espírito Santo distribution center and the reallocation of items among stores.

Adjusted EBITDA Margin Evolution (1Q26 vs. 1Q25) | % of Net Revenue



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

2. For comparability purposes, the stable subsidy concept is presented in order to equalize the level of subsidy revenue and taxes in Manaus production of the prior period (comparative) to the level of the current period, neutralizing positive or negative variations that these line items may generate in the Company's results.

# 1Q26 NET INCOME AND NET MARGIN

VIVARA

Net Income <sup>1</sup> (R\$'000)	1Q26	1Q25	Var. (%)
<b>Net Income</b>	<b>88,218</b>	<b>122,365</b>	<b>-27.9%</b>
Net Margin	14.8%	20.2%	(5.4 p.p.)

The Company recorded net income of R\$ 88.2 million in the quarter, with a net margin of 14.8%.

Net income was impacted by lower subsidy levels, higher financial expenses and a lower contribution from the income tax line.

Financial results reflected the increase in the CDI, the impact of interest expenses from the debentures issued in the second half of 2025, and a non-cash effect resulting from the mark-to-market adjustment of a derivative instrument associated with foreign currency debt.

The income tax line was impacted by the reduction in the manufacturing pace of the in-house factory during the period, resulting in lower deferred income tax related to intercompany sales between manufacturing and retail.

Excluding the effects on net income from the stable subsidy, which totaled R\$ 9.3 million, as well as the reduction in deferred income tax related to production, which decreased by R\$ 42.7 million, net income would have recorded year-over-year growth of 25%, reinforcing the strength of the Company's operational performance.

## 1Q26 | DEBT

Net Cash <sup>2</sup> (R\$, 000)	1Q26	4Q25	1Q25
<b>Gross Debt<sup>2</sup></b>	<b>555,047</b>	<b>558,615</b>	<b>498,471</b>
Loans and Financing (Short Term) <sup>3</sup>	255,838	255,702	141,155
Loans and Financing (Long Term) <sup>3</sup>	298,394	298,303	346,065
Forfait	814	4,610	11,250
Cash and cash equivalents and Securities	308,474	398,644	177,078
<b>Net Cash (including Forfait)</b>	<b>246,573</b>	<b>159,971</b>	<b>321,393</b>
LTM Adjusted EBITDA (Last Twelve Months)	<b>761,943</b>	<b>766,305</b>	<b>693,159</b>
<b>Net Debt / Adjusted EBITDA</b>	<b>0.3x</b>	<b>0.2x</b>	<b>0.5x</b>

At the end of 1Q26, net debt totaled R\$ 246.6 million, representing a reduction of R\$ 74.8 million compared to 1Q25, and the net debt to adjusted EBITDA ratio decreased from 0.5x in 1Q25 to 0.3x in 1Q26. The current net debt position was impacted by the advance payment of dividends related to fiscal year 2025, which were paid in December, whereas they are historically paid in May. The 0.3x net debt to adjusted EBITDA level maintains the Company's trajectory of healthy leverage levels, in line with its historical profile.

1. For comparability purposes, the stable subsidy concept is presented in order to equalize the level of subsidy revenue and taxes in Manaus production of the prior period (comparative) to the level of the current period, neutralizing positive or negative variations that these line items may generate in the Company's results.  
 2. The debt presented considers the pre-IFRS 16 metric, not including lease liabilities related to right-of-use assets.  
 3. The Loans and Financing balance includes the balance of the swap contract related to loan 4131, classified as derivative instruments.

Cash Flow (R\$, 000)	1Q26	1Q25	Var.
Net Income	91,412	124,861	(33,450)
(-) Net income adjustments <sup>1</sup>	52,868	15,868	37,000
(-) Income tax paid	(29,369)	(21,913)	(7,456)
(-) Interest paid <sup>2</sup>	(32,219)	(15,936)	(16,283)
(-) Right-of-use lease payments	(31,943)	(29,670)	(2,273)
Working Capital	(122,342)	(246,847)	124,505
Trade receivables	90,798	204,146	(113,348)
Inventories	(70,388)	(171,461)	101,073
Trade payables	(67,751)	(211,326)	143,575
Recoverable taxes	5,431	25,103	(19,672)
Taxes payable	(38,613)	(70,842)	32,229
Other assets and liabilities	(41,820)	(22,467)	(19,353)
Cash from Management Operating Activities	(71,594)	(173,637)	102,043
Capex	(18,577)	(19,668)	1,091
Free Cash Generation	(90,170)	(193,304)	103,134

1. Non-cash effects on net income refer to the effects of depreciation and amortization; interest expenses and foreign exchange variation on loans and financing; interest on leases related to right-of-use assets; current and deferred income tax and social contribution; inventory loss provisions; provisions for civil, labor and tax risks; write-offs of property, plant and equipment and intangible assets; tax credits; monetary updates and returns; expected credit losses; foreign exchange variation on suppliers; charges related to receivables anticipation; long-term incentives; and write-offs of lease contracts.
2. Interest paid on loans and financing and on right-of-use leases.

In 1Q26, operating cash consumption (after income tax, interest and leases) amounted to R\$ 71.6 million, R\$ 102.9 million lower than the R\$ 173.6 million recorded in 1Q25. Considering the anticipation of credit card receivables, with inflow originally expected for 1Q26 but anticipated in Dec/25 in order to meet the payment of interim dividends in Dec/25, pro forma operating cash generation would have amounted to R\$ 92.2 million in the quarter.

The main working capital variables that influenced the composition of the result were:

- ✓ **Accounts Receivable:** the anticipation of R\$ 163.8 million in credit card receivables carried out in Dec/25, executed in alignment with the payment of interim dividends of an equivalent amount in Dec/25, reduced cash generation from this line item in 1Q26.
- ✓ **Inventory:** consumption of R\$ 70.4 million in the period, R\$ 101.1 million lower than that recorded in 1Q25, in line with the inventory optimization strategy and preparation for higher sales periods in the second quarter.
- ✓ **Suppliers:** consumption of R\$ 67.8 million compared to consumption of R\$ 211.3 million in 1Q25. This variation is explained by the reduction in raw material purchases, mainly gold.

## 1Q26 | CAPEX

Investments (R\$,000)	1Q26	1Q25	Var. (%)
Total Capex	18,577	19,670	-5.6%
New Stores	9,616	4,699	104.6%
Reforms and Maintenance	5,818	2,698	115.7%
Factory	2,823	7,517	-62.5%
Systems/TI	285	4,216	-93.2%
Other	34	540	-93.6%
CAPEX/Net Revenue (%)	3.1%	3.7%	(0.5 p.p.)

In 1Q26, investments totaled R\$ 18.6 million, representing a reduction of 5.6% compared to 1Q25. Despite the higher volume of store openings and renovations in the period, the total amount was more than offset by lower investment intensity in manufacturing and technology when compared to the first quarter of the prior year, which was impacted by the acquisition of manufacturing machinery and the ERP upgrade. Throughout 2026, continuous investments are expected in new store openings and renovations, as well as new investments in systems aimed at productivity gains.

The Company continues to execute its growth plan through store openings and the support of SSS and the digital channel, while simultaneously pursuing efficiency in raw material and finished goods inventories. This trajectory began in the second half of 2025 and already delivered results in 4Q25, when a reduction of 48 inventory days was recorded compared to 4Q24.

The Company ended 1Q26 with 601 inventory days, representing a reduction of 77 days compared to 1Q25, which is 29 days more than the reduction achieved in 4Q25 vs. 4Q24, reinforcing the inventory efficiency improvement trajectory. Compared to Dec/2025, an increase of 23 days is observed, reflecting the natural seasonality of inventory build-up in the first quarter in preparation for Mother's Day and Valentine's Day, which take place in the second quarter.

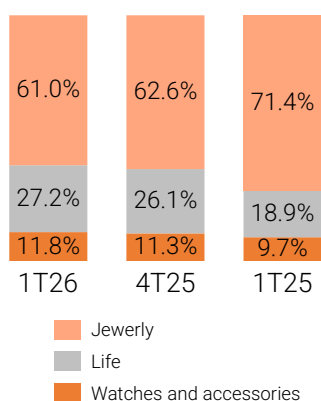
In 1Q26, a reduction in finished goods and packaging accounts is observed compared to 1Q25. The raw material account reflects the increase in commodity costs, partially mitigated by lower volumes of gold and silver year over year. The average cost of silver continues to be updated as raw material purchases are regularly made to supply production, while the evolution of the average gold cost reflects the higher level of inventory coverage.

Analyzing gold inventory dynamics, the average cost of gold in raw material inventory increased by 27.6% year over year, while the cost of gold finished goods in inventory increased by 11.7% over the same period, a variation well below the increase in the commodity price itself, which appreciated by more than 50% in the same period.

Inventories	1Q26	4Q25	1Q25	Var. (%) QoQ	Var. (%) YoY
Finished goods	1,040,778	979,421	1,074,503	6.3%	-3.1%
Raw materials	456,970	443,046	370,289	3.1%	23.4%
Packaging	52,538	56,459	59,247	-6.9%	-11.3%
<b>Inventories</b>	<b>1,550,286</b>	<b>1,478,926</b>	<b>1,504,039</b>	<b>4.8%</b>	<b>-1.7%</b>
COGS LTM	-928,225	-921,472	-797,888	0.7%	16.3%
<b>Inventory days<sup>1</sup></b>	<b>601</b>	<b>578</b>	<b>679</b>	<b>23</b>	<b>-77</b>

1. Inventory days calculated based on inventory balance divided by the cost of goods sold of the last twelve months, multiplied by 360 days.

Finished goods | By category  
In R\$



The results of the initiatives already implemented demonstrate the effectiveness of the demand planning models. In 2026, the Company will continue to advance the optimization initiatives discussed during the earnings call, focusing on the following items:

1. Consumption of excess gold (raw material) through a reduction in coverage
2. Consumption of stones and components (raw material) through a reduction in coverage, supported by the use of stones in future product launches and the melting of gold meshes
3. Assortment adjustment by store, with a reduction in the number of pieces per store for both Vivara and Life
4. Melting of excess jewelry (finished goods) through a new round of melting of items with high coverage

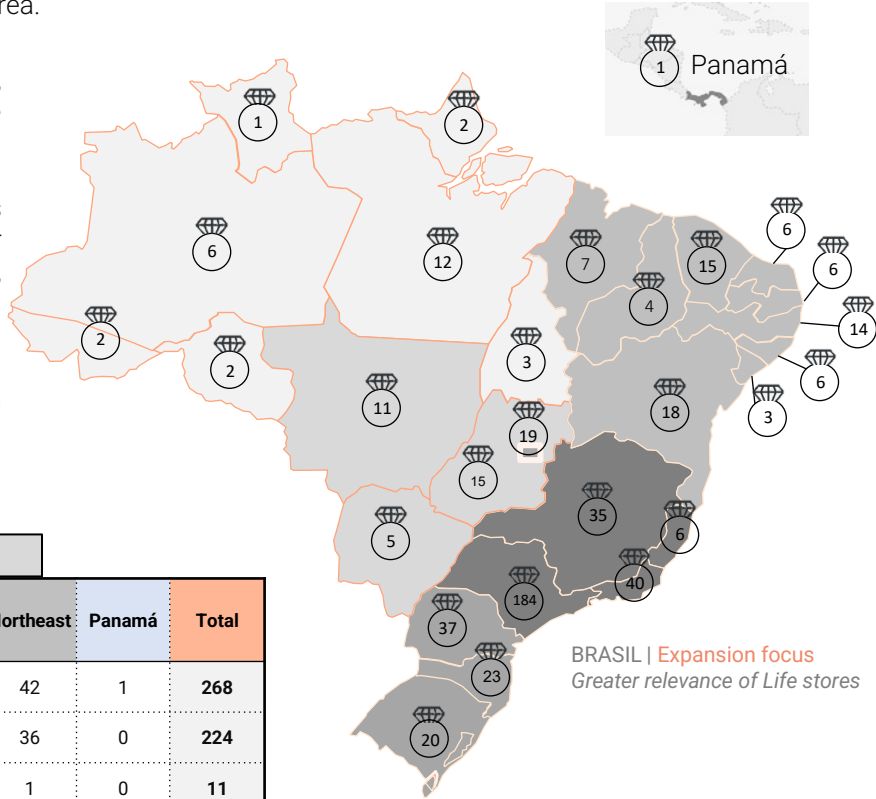
The Company ended the quarter with 503 points of sale in operation, comprising 268 Vivara stores (267 in Brazil and 1 in Panamá), 224 Life stores and 11 kiosks, totaling 41,962 square meters of sales area.

INTERNACIONAL | Exploratory phase  
Evaluation for the medium & long term

During 1Q26, 5 Life stores were opened, adding 390.9 square meters to the store base.

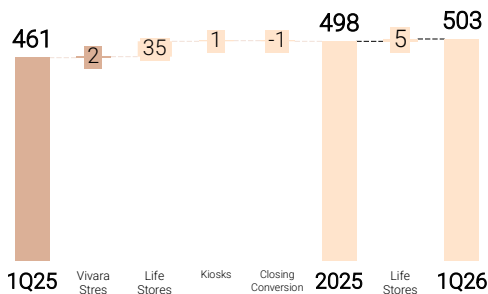
The Company has stores in all regions of the country, with a higher concentration in the Southeast region, which accounts for 52.7% of total stores.

Currently, the Company operates both brands in 183 shopping malls.

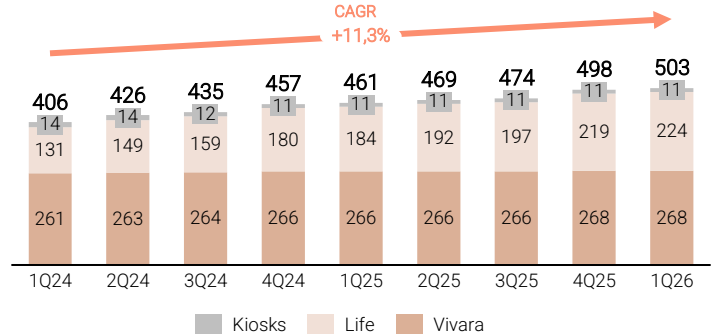


Brasil							
Type	North	Midwest	South	Southeast	Northeast	Panamá	Total
Vivara Store	14	27	46	138	42	1	268
Life Store	13	23	33	119	36	0	224
Kiosks	1	0	1	8	1	0	11
<b>TOTAL</b>	<b>28</b>	<b>50</b>	<b>80</b>	<b>265</b>	<b>79</b>	<b>1</b>	<b>503</b>

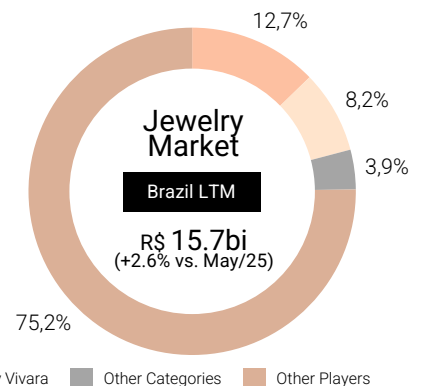
## ANUAL EVOLUTION



## 24 MONTHS EVOLUTION



**Market Share<sup>1</sup>:** The Company ended 1Q26 with a 24.8% share of the Brazilian jewelry market<sup>1</sup> (+2.8 p.p. vs. 1Q25), comprising 12.7% from the Vivara Jewelry category, 8.2% from Life, and 3.9% from the other categories, which include Watches and Accessories. The market share gains reflect the success of product launches, supported by efficient mix management, together with solid and gradual expansion. The Company remains confident in maintaining and expanding its leadership position in the market, which will further strengthen its growth initiatives.



1. The Company used the Euromonitor study (2021) as a basis, updated with ICVA indicators and the Company's internal information. Considers the Company's total revenue.

With the objective of better conveying the business drivers and enhancing the understanding of the business, the Company discloses, in this document, the results excluding the effects of IFRS 16 / CPC 06 (R2).

Below is the reconciliation between the pre- and post-IFRS 16 views.

### Financial Statements<sup>1</sup>

	1T26			1T25		
	Post IFRS 16 Adjustments		Pre IFRS 16	Post IFRS 16 Adjustments		Pre IFRS 16
<b>Gross Revenue (net of returns)</b>	<b>751,754</b>		<b>751,754</b>	<b>660,492</b>		<b>660,492</b>
Revenue Deductions (excluding Subsidy Revenue)	(221,212)		(221,212)	(204,957)		(204,957)
Subsidy Revenue	64,971		64,971	81,546		81,546
<b>Net Operating Revenue</b>	<b>595,512</b>		<b>595,512</b>	<b>537,081</b>		<b>537,081</b>
Costs	(179,154)	(711)	(179,865)	(172,402)	(674)	(173,076)
<b>Gross Profit</b>	<b>416,358</b>		<b>415,647</b>	<b>364,679</b>		<b>364,005</b>
<b>Gross Margin (%)</b>	<b>69.9%</b>		<b>69.8%</b>	<b>67.9%</b>		<b>67.8%</b>
<b>Operating Expenses<sup>2</sup></b>	<b>(287,394)</b>		<b>(319,093)</b>	<b>(236,142)</b>		<b>(265,486)</b>
Selling Expenses	(224,731)	(30,611)	(255,343)	(183,744)	(28,307)	(212,050)
G&A Expenses	(55,925)	(1,088)	(57,012)	(50,415)	(1,037)	(51,452)
Other Operating Revenues (Expenses)	(6,739)		(6,739)	(1,983)		(1,983)
<b>Depreciation (costs)</b>	<b>148</b>		<b>148</b>	<b>285</b>		<b>285</b>
<b>EBITDA</b>	<b>129,112</b>		<b>96,702</b>	<b>128,822</b>		<b>98,804</b>
<b>EBITDA Margin (%)</b>	<b>21.7%</b>		<b>16.2%</b>	<b>24.0%</b>		<b>18.4%</b>
<b>Non-recurring Items</b>	<b>-</b>		<b>-</b>	<b>2,261</b>		<b>2,261</b>
<b>Adjusted EBITDA</b>	<b>129,112</b>		<b>96,702</b>	<b>131,083</b>		<b>101,065</b>
<b>EBITDA Margin (%)</b>	<b>21.7%</b>		<b>16.2%</b>	<b>24.4%</b>		<b>18.8%</b>
Non-recurring Items	-		-	(2,261)		(2,261)
Depreciation and Amortization	(38,739)	22,155	(16,584)	(38,400)	22,168	(16,232)
Financial Result	(35,858)	20,872	(14,986)	(19,813)	17,673	(2,140)
<b>Earnings Before Income Tax (EBT)</b>	<b>54,515</b>		<b>65,131</b>	<b>70,609</b>		<b>80,432</b>
Corporate Income Tax (IRPJ) and Social Contribution (CSLL)	26,280	(3,194)	23,087	44,429	(2,495.9)	41,933
<b>Net Income</b>	<b>80,795</b>		<b>88,218</b>	<b>115,038</b>		<b>122,365</b>
<b>Net Margin (%)</b>	<b>13.6%</b>		<b>14.8%</b>	<b>21.4%</b>		<b>22.8%</b>

1. Pre-IFRS 16 balances: balances exclude the effects of IFRS 16 related to lease agreements associated with the rental of stores, office and factory.

2. Balances excluding Depreciation and Amortization (D&A).

Financial Statements (R\$ ,000)   Post IFRS 16	1Q26	1Q25	Var. (%)
<b>Sales Gross Revenue</b>	<b>754.748</b>	<b>659.582</b>	<b>14,4%</b>
<b>Service Gross Revenue</b>	<b>2.024</b>	<b>2.407</b>	<b>-15,9%</b>
Gross Revenue Deductions	(5.019)	(1.497)	235,3%
<b>Gross Revenue (net of return)</b>	<b>751.753</b>	<b>660.492</b>	<b>13,8%</b>
Returns	(156.241)	(123.411)	26,6%
<b>Net Revenue</b>	<b>595.512</b>	<b>537.081</b>	<b>10,9%</b>
(-) Cost of Sold Goods	(179.006)	(172.117)	4,0%
(-) Depreciation and Amortization	(148)	(285)	-48,0%
<b>(=) Gross Profit</b>	<b>416.358</b>	<b>364.680</b>	<b>14,2%</b>
<b>(-) Operating Expenses</b>	<b>(325.985)</b>	<b>(274.258)</b>	<b>18,9%</b>
<b>Sales</b>	<b>(224.730)</b>	<b>(183.744)</b>	<b>22,3%</b>
Personal	(118.327)	(103.090)	14,8%
Rentals and common area maintenance fees	(25.699)	(20.838)	23,3%
Lease discounts	-	-	n.a
Freight	(13.321)	(7.173)	85,7%
Commission on credit cards	(13.092)	(11.729)	11,6%
Outsourced services	(8.844)	(8.257)	7,1%
Marketing/selling expenses	(27.625)	(19.844)	39,2%
Other selling expenses	(17.823)	(12.812)	39,1%
<b>General and Administratives</b>	<b>(55.925)</b>	<b>(50.415)</b>	<b>10,9%</b>
Personal	(22.540)	(22.200)	1,5%
Rentals and common area maintenance fees	(412)	(255)	61,6%
Outsourced services	(19.659)	(18.749)	4,9%
Other General and Administratives expenses	(13.313)	(9.211)	44,5%
Depreciation and Amortization	(38.591)	(38.115)	1,2%
Share of profit (loss) of subsidiaries	-	-	n.a
Other Operating Expenses (Revenues)	(6.739)	(1.983)	239,8%
<b>(=) Profit (Losses) Before Financial Results</b>	<b>90.373</b>	<b>90.421</b>	<b>-0,1%</b>
<b>(=) Financial Result</b>	<b>(35.857)</b>	<b>(19.813)</b>	<b>81,0%</b>
Financial Income (Expenses), net	14.235	13.851	2,8%
Finance costs, net	(50.093)	(33.664)	48,8%
<b>(=) Operating Income</b>	<b>54.515</b>	<b>70.608</b>	<b>-22,8%</b>
Income and Social Contribution Taxes	26.280	44.430	-40,9%
<b>(=) Net Income</b>	<b>80.795</b>	<b>115.038</b>	<b>-29,8%</b>

<b>Balance Sheet (R\$, 000)</b>	<b>1Q26</b>	<b>1Q25</b>	<b>Var. (%)</b>
<b>CURRENT ASSETS</b>			
Cash and cash equivalents	308,474	398,644	-22.6%
Securities	-	-	na
Trade receivables	899,085	989,601	-9.1%
Due from related parties	(0)	0	-400.0%
Inventories	1,550,286	1,478,926	4.8%
Recoverable taxes	153,210	168,474	-9.1%
Prepaid expenses and other receivables	51,920	28,954	79.3%
Derivatives	-	-	na
<b>Total current assets</b>	<b>2,962,975</b>	<b>3,064,600</b>	<b>-3.3%</b>
<b>NONCURRENT ASSETS</b>			
Escrow deposits	29,028	28,227	2.8%
Deferred income tax and social contribution	614,994	568,589	8.2%
Derivatives	-	-	na
Prepaid expenses and other credits	4,187	5,193	-19.4%
Recoverable taxes	51,170	40,799	25.4%
Property, plant and equipment	957,470	955,347	0.2%
Intangible assets	55,843	59,938	-6.8%
<b>Total noncurrent assets</b>	<b>1,712,693</b>	<b>1,658,093</b>	<b>3.3%</b>
<b>TOTAL ASSETS</b>	<b>4,675,668</b>	<b>4,722,693</b>	<b>-1.0%</b>
<b>CURRENT LIABILITIES</b>			
Suppliers	125,460	189,472	-33.8%
Suppliers Agreement	814	4,610	-82.3%
Borrowings and financing	214,776	232,973	-7.8%
Payroll and related taxes	121,290	143,620	-15.5%
Taxes payable	76,072	123,909	-38.6%
Leases payable	12,831	14,487	-11.4%
Derivatives	41,062	22,729	80.7%
Leasing liabilities	83,307	83,186	0.1%
Interest on capital	-	-	na
Dividends payable	10	10	0.0%
Other payables	39,496	28,951	36.4%
<b>Total current liabilities</b>	<b>715,120</b>	<b>843,948</b>	<b>-15.3%</b>
<b>NONCURRENT LIABILITIES</b>			
Borrowings and financing	298,394	298,303	0.0%
Provision for civil, labor and tax risks	29,030	26,937	7.8%
Leasing liabilities	598,943	599,518	-0.1%
Other payables	3,892	4,421	-12.0%
<b>Total noncurrent liabilities</b>	<b>930,258</b>	<b>929,178</b>	<b>0.1%</b>
<b>EQUITY</b>			
Capital	2,572,025	2,572,025	0.0%
Retained earnings (accumulated losses)	(53,041)	(53,041)	0.0%
Treasury Stocks	(26,818)	(26,818)	0.0%
Options Granted	2,058	1,976	4.1%
Legal reserve	455,502	(164,000)	-377.7%
Earnings reserves	80,796	619,502	-87.0%
Others Results	(233)	(78)	198.3%
<b>Total equity</b>	<b>3,030,290</b>	<b>2,949,567</b>	<b>2.7%</b>
<b>TOTAL LIABILITIES AND EQUITY</b>	<b>4,675,668</b>	<b>4,722,694</b>	<b>-1.0%</b>

Cash Flow (R\$ ,000)	1Q26	1Q25	Var. (%)
<b>Net Income</b>	<b>80,795</b>	<b>115,039</b>	<b>-29.8%</b>
Adjust of Net Income	63,484	25,690	147.1%
<b>Adjusted profit for the year</b>	<b>144,280</b>	<b>140,729</b>	<b>2.5%</b>
Increase (decrease) in operating assets and liabilities:			
Trade receivables	90,798	204,146	-55.5%
Related Parties	0	-	n.a.
Inventories	(70,388)	(171,461)	58.9%
Trade payables	(67,751)	(211,326)	67.9%
Recoverable taxes	5,431	25,103	-78.4%
Taxes payable	(38,613)	(70,842)	45.5%
Other assets and liabilities	(41,820)	(22,467)	-86.1%
<b>Cash provided by operating activities</b>	<b>21,937</b>	<b>(106,118)</b>	<b>120.7%</b>
			-
Income tax and social contribution paid	(29,369)	(21,913)	-34.0%
Paid interest on borrowing and financing	(21,579)	(6,276)	-243.8%
Interest paid on leasing liabilities	(10,640)	(9,660)	-10.1%
<b>Net cash provided by operating activities</b>	<b>(39,651)</b>	<b>(143,967)</b>	<b>72.5%</b>
Treasury stocks	-	-	n.a.
Property, plant and equipment	(18,014)	(14,646)	-23.0%
Intangible assets	(563)	(5,022)	88.8%
Others	-	(22,331)	100.0%
<b>Cash Flow from Investments</b>	<b>(18,577)</b>	<b>(41,999)</b>	<b>55.8%</b>
Interest on capital / Dividends paid	-	-	-
Borrowings and financings	-	87,424	n.a.
Righ-of-use leases	(31,943)	(29,670)	-7.7%
Others	-	(1)	100.0%
<b>Cash flow from financing activities</b>	<b>(31,943)</b>	<b>57,754</b>	<b>-155.3%</b>
<b>Increase (decrease) in cash and cash equiv.</b>	<b>(90,170)</b>	<b>(128,212)</b>	<b>29.7%</b>

ROIC <sup>1</sup> (R\$, 000)	1Q26	1Q25	Var. (R\$ M)	Var. (%)
Adjusted EBITDA LTM	<b>761.9</b>	<b>701.4</b>	<b>60.6</b>	<b>8.6%</b>
(-) D&A	(65.7)	(60.3)	(5.4)	9.0%
Cash tax rate	-13.2%	-13.9%	0.6 p.p.	
<b>NOPAT</b>	<b>604.0</b>	<b>552.3</b>	<b>51.8</b>	<b>9.4%</b>
<b>(=) Adjusted Current Assets</b>	<b>2,654.5</b>	<b>2,468.6</b>	<b>185.9</b>	<b>7.5%</b>
(+) Accounts Receivable	899.1	751.0	148.1	19.7%
(+) Inventory	1,550.3	1,504.0	46.2	3.1%
(+) Other	205.1	213.5	(8.4)	-3.9%
<b>(=) Adjusted Current Liabilities</b>	<b>459.3</b>	<b>450.2</b>	<b>9.1</b>	<b>2.0%</b>
(+) Suppliers	126.3	163.9	(37.6)	-23.0%
(+) Labor and tax liabilities	197.4	155.8	41.5	26.6%
(+) Leases	96.1	97.2	(1.0)	-1.1%
(+) Other (Ex-dividends payable) <sup>2</sup>	39.5	33.3	6.2	18.6%
<b>(=) Adjusted Non-current Assets</b>	<b>421.0</b>	<b>419.5</b>	<b>1.5</b>	<b>0.3%</b>
(+) Property, Plant and Equipment	1,013.3	943.1	70.2	7.4%
(-) IFRS 16 Property, Plant and Equipment	(592.3)	(523.6)	(68.7)	13.1%
<b>(=) Invested Capital</b>	<b>2,616.2</b>	<b>2,471.2</b>	<b>145,0</b>	<b>5.9%</b>
<b>(=) ROIC – IR/CS Cash Tax Rate</b>	<b>23.1%</b>	<b>22.7%</b>	<b>0.4 p.p</b>	<b>22.7 p.p</b>

1. Calculated considering the cash tax rate, LTM (last twelve months) NOPAT and invested capital at the end of the periods.  
2. Considering operating assets and liabilities only.

- **Pre-IFRS 16 balances:** this document presents tables and balances under the pre-IFRS 16 view up to page 15, excluding the effects of IFRS 16 / CPC 06 (R2). The reconciliation between pre- and post-IFRS 16 balances is presented in the appendix to this document (page 16).
- **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 operating cash flow.
- **Adjusted EBITDA, Net Debt, Net Debt/LTM Adjusted EBITDA, Operating Cash Flow, and Adjusted Net Income** 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 Flow** 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).
- **Same-store sales (SSS)** is the metric that measures the performance of physical stores opened up to the beginning of the previous year. Therefore, for the 2026 SSS calculation, only stores opened up to December 31, 2024 are considered (no stores opened throughout 2025 and 2026 are included in the calculation).

## 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

Thiago Borges – Chief Executive Officer  
Elias Leal – Chief Finance and Investor Relations Officer  
Caio Barbuto – Investor Relations Manager  
Gabriela Luz – Investor Relations Analyst

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



VIVARA

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