



VIVARA

2T26 DIVULGAÇÃO DE

RESULTADOS

SESSÃO DE Q&A
quinta, 06/ago 11h (BRT)



DESTAQUES

1 SÓLIDA CONVERSÃO DE EBITDA EM CAIXA

- Conversão de EBITDA em caixa operacional **atinge 71,7% no 2T26**, o maior patamar histórico¹. No 1S26, a conversão foi de **86,4%**
- Geração de caixa operacional² de **R\$ 147 milhões** no 2T26. No 1S26, geração de **R\$ 261 milhões**, superando o 1S25 em R\$ 333 milhões
- Evolução na estratégia de otimização de estoques (-88 dias ano contra ano)

2 SUSTENTAÇÃO DA RENTABILIDADE

- Margem bruta de **71,7%** (+1,9 p.p. vs. 1T26), estável em um ambiente com forte alta dos metais preciosos
- Maior margem bruta histórica para um primeiro semestre de **70,9%**
- Estratégia multi-metal, inovação contínua do mix e coleções, disciplina na gestão dos mark-ups e de estoques contribuíram para sustentação das margens

3 DIGITAL IMPULSIONANDO VENDAS

- Alta do canal digital de **21,2%** vs. 2T25
- Avanço na participação do aplicativo nas vendas digitais, responsável por mais de **30%** das vendas
- Vendas OMS representaram **57,0%** no período, mostrando a evolução na integração de jornadas dos clientes

1. Série histórica não considera anos de 2020 e 2021 afetados pela pandemia da COVID-19.

2. A Geração de Caixa Operacional considera o pagamento de contratos de arrendamento de direito de uso, excluindo juros pagos de empréstimos e o efeito de antecipações de recebíveis de cartão de crédito, reduzindo R\$ 90,4M do 2T25 (antecipados do 3T25) e adicionando R\$ 163,8 M ao 1T26, antecipados no 4T25.

DESEMPENHO FINANCEIRO

A Vivara Participações apresenta o quadro resumo do desempenho financeiro¹ do segundo trimestre de 2026.

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

(R\$ milhões)	2T26	2T25	Var. (%)	1S26	1S25	Var. (%)
Receita Bruta (líq. de devoluções)	1.071,5	969,7	10,5%	1.823,2	1.630,2	11,8%
Deduções da Rec. (ex- Subvenção)	(311,8)	(276,5)	12,7%	(533,0)	(481,5)	10,7%
Rec. Subvenção	73,4	67,9	8,2%	138,4	149,4	-7,4%
Receita operacional líquida	833,1	761,0	9,5%	1.428,6	1.298,1	10,1%
Custos	(235,4)	(211,5)	11,3%	(415,3)	(384,6)	8,0%
Lucro Bruto	597,7	549,5	8,8%	1.013,4	913,5	10,9%
%Margem Bruta	71,7%	72,2%	(0,5 p.p.)	70,9%	70,4%	0,6 p.p.
Despesas Operacionais ²	(393,0)	(354,3)	10,9%	(712,1)	(619,8)	14,9%
% sobre Receita Líquida	-47,2%	-46,6%	(0,6 p.p.)	-49,8%	-47,7%	(2,1 p.p.)
Despesas com Vendas	(326,0)	(286,6)	13,8%	(581,4)	(498,7)	16,6%
Despesas G&A	(61,8)	(61,2)	1,0%	(118,8)	(112,6)	5,5%
Outras Rec e Desp Oper.	(5,2)	(6,5)	-21,1%	(11,9)	(8,5)	39,6%
Depreciação (custos)	0,6	0,5	14,1%	(0,8)	(0,8)	-7,3%
EBITDA	205,4	195,7	4,9%	302,1	294,5	2,6%
%Margem EBITDA	24,7%	25,7%	(1,1 p.p.)	21,1%	22,7%	(1,5 p.p.)
Depreciação e Amortização	(19,4)	(18,7)	3,7%	(38,3)	(37,3)	2,7%
Resultado Financeiro	(15,5)	(15,9)	-2,3%	(30,5)	(18,0)	69,5%
IRPJ e CSLL	(13,7)	(5,9)	133,5%	9,4	36,1	-74,0%
Lucro Líquido	156,7	155,3	0,9%	242,6	275,3	-11,9%
%Margem Líquida	18,8%	20,4%	(1,6 p.p.)	17,0%	21,2%	(4,2 p.p.)

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.

² Saldos excluindo Depreciação e Amortização (D&A)



Receita por categoria e canal (R\$ milhões)	2T26	2T25	Var. (%)	1S26	1S25	Var. (%)
Receita Bruta (Líq. de devoluções)	1,071.5	969,7	10,5%	1.823,2	1.630,2	11,8%
Por Categoria						
Jóias	539.8	482,2	11,9%	928,4	811,3	14,4%
Life	364.2	344,7	5,6%	616,9	578,3	6,7%
Relógios	151.5	128,2	18,2%	249,2	211,3	18,0%
Acessórios e serviços	16.0	14,7	9,4%	28,6	29,3	-2,3%
Por Canal						
Lojas Físicas	916.2	839,7	9,1%	1.564,1	1.412,5	10,7%
Lojas Vivara	668.9	625,8	6,9%	1.152,1	1.061,2	8,6%
Lojas Life	242.0	209,0	15,8%	402,8	344,1	17,0%
Quiosques	5.3	4,9	7,7%	9,2	8,2	12,3%
Vendas Digitais	153.5	126,6	21,2%	251,4	210,9	19,2%
Outros¹	1.7	3,4	-50,1%	7,7	5,8	31,6%
SSS (lojas físicas)²	5.9%	11,0%	na	7,5%	10,6%	na
SSS (lojas físicas + digital)	8.0%	11,4%	na	9,0%	10,3%	na

¹ Outros inclui vendas B2B e prestação de serviço de assistência técnica.
² O SSS (lojas físicas) considera a receita bruta, líquida de devoluções, das lojas com pelo menos 12 meses de operação no início do trimestre, excluídas aquelas com restrição de funcionamento em ambos os períodos. O SSS total, por sua vez, incorpora a esse indicador as vendas do canal digital no período.

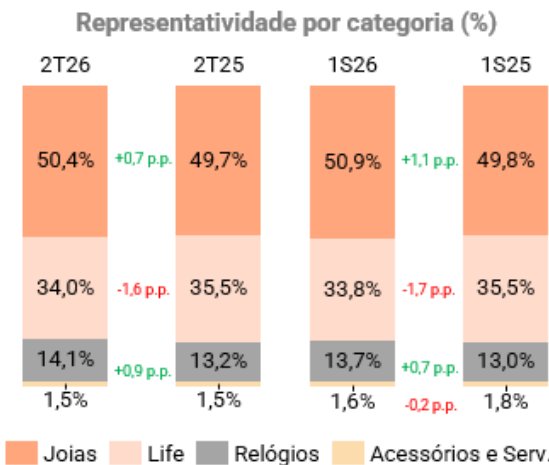
Visão por categoria

A receita bruta do 2T26, líquida de devoluções, atingiu R\$ 1.071,5 milhões, crescimento de 10,5% em relação ao 2T25 com destaque para a evolução das categorias de Jóias e Relógios. O segundo trimestre foi afetado pelos efeitos do calendário de feriados e da Copa do Mundo de Futebol, fatores que impactaram o fluxo de clientes nos shopping centers que concentram grande parte de nossas lojas. A Companhia estima que a combinação destes efeitos impactou as vendas do período em -2,0 p.p. Excluindo estes efeitos, o crescimento da receita bruta seria de 12,5% no trimestre, semelhante ao patamar alcançado no 1T26.

A categoria Jóias representou cerca de metade das vendas do 2T26 com aumento de receita de 11,9% no 2T26 versus o 2T25. Excluindo o efeito calendário, o crescimento seria de 14,0%. Tal desempenho foi impulsionado pelas subcategorias Prata Vivara e Prata/Ouro, que somadas passaram a representar 10,3% das vendas da categoria, ante 6,8% no 2T25, demonstrando a capacidade de inovação de portfólio como alavanca de rentabilidade. Como resultado da estratégia de gestão dos mark-ups e de sustentação da rentabilidade no período houve avanço do ticket médio, e o lucro bruto da categoria cresceu em ritmo semelhante ao apresentado no 1T26. No semestre, a receita da categoria Jóias cresceu 14,4% quando comparada ao mesmo período do ano anterior.

A receita da categoria Life registrou alta de 5,6% no 2T26 versus o 2T25. Excluindo o efeito calendário, o crescimento seria de 7,6%, ritmo similar ao apresentado no 1T26. Neste trimestre, a estratégia privilegiou a sustentabilidade da rentabilidade, reduzindo as atividades promocionais com aumento de ticket médio ano contra ano. Entre as subcategorias, Comerciais foi destaque, com crescimento de receita de 22,6%, e Coleções, com 8,4%. No acumulado do semestre, as vendas de Life cresceram 6,7%.

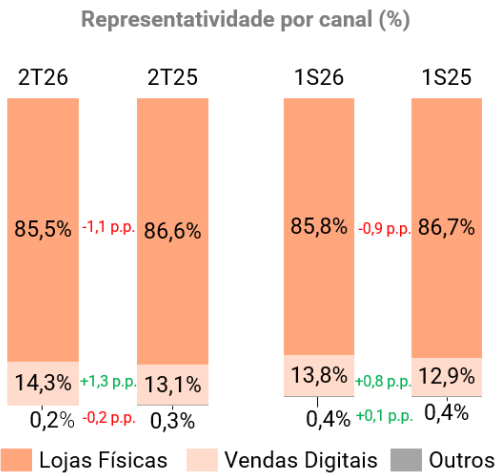
A categoria Relógios manteve bom desempenho, com avanço de receita de 18,2% no 2T26 versus o 2T25 com relevantes aumentos de volume no período.



Visão por canal

Na visão por canal, a alta de 10,5% de receita bruta no 2T26 foi impulsionada pela (i) evolução de 8,0% nas vendas mesmas lojas incluindo as vendas digitais e (ii) a abertura de 51 novas lojas nos últimos doze meses. Excluindo os efeitos calendário mencionados anteriormente, o SSS total (lojas físicas + digital) seria de 10,0% no trimestre, patamar semelhante ao do 1T26. No acumulado do semestre, a receita totalizou R\$ 1.823,2 milhões, avanço de 11,9 % frente ao 1S25.

As lojas físicas apresentaram faturamento de R\$ 916,2 milhões, uma expansão de 9,1% na comparação ano contra ano.



Lojas Vivara

Com 271 pontos de venda no Brasil e 1 no Panamá, as lojas Vivara apresentaram uma receita de R\$ 668,9 milhões no 2T26, com crescimento de 6,9% fruto da evolução de 6,5% no indicador de SSS e abertura de 6 novas lojas nos últimos doze meses. Ajustando o efeito calendário mencionado anteriormente, o SSS do canal seria de 8,3% no trimestre.

No 2T26, o faturamento das lojas Vivara nos 191 shoppings que contavam com ambas as marcas em Jun/26 cresceu ligeiramente acima do grupo de lojas em shoppings apenas com a marca Vivara, reforçando o efeito positivo da presença das duas marcas nos mesmos shoppings.

Lojas Life

A receita das lojas Life teve evolução de 15,8% no 2T26, em relação ao mesmo período do ano anterior, atingindo R\$ 242,0 milhões em função da (i) manutenção do ritmo de aberturas com 45 novas lojas nos últimos doze meses e (ii) alta no SSS de 4,3% no 2T26. Ajustando o efeito calendário, o SSS do canal seria de 6,3%, em linha com o observado no 1T26.

No 2T26, as lojas Life foram responsáveis por 61,4% das vendas da categoria Life, 4,6 p.p. maior que a contribuição registrada no mesmo trimestre do ano anterior.

O canal lojas Life segue em expansão com aberturas de lojas tanto em shoppings que possuem lojas Vivara como em novos shoppings, expandindo sua presença geográfica. A base de lojas maduras representa 63% da rede e todas as safras registraram crescimento de vendas por m² no trimestre, enquanto a diluição da produtividade¹ consolidada reflete o efeito natural do ciclo de expansão e estágio de maturação de lojas.

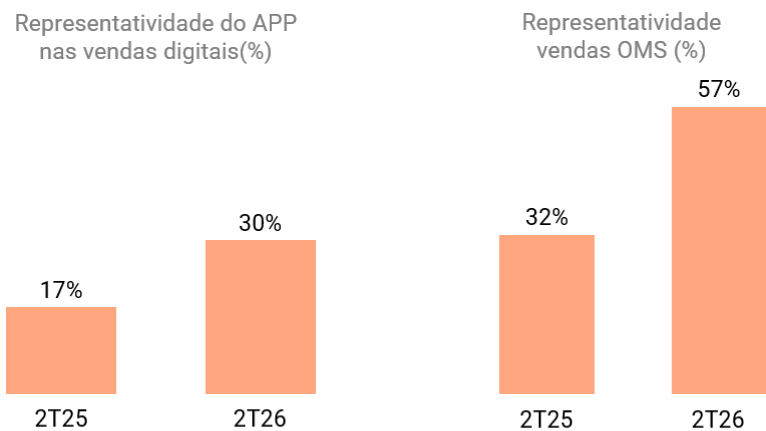


¹ O detalhamento das vendas por metro quadrado está disponível na planilha de fundamentos no site de Relações com Investidores.

Vendas Digitais

O desempenho das vendas digitais segue em ritmo acelerado e somou R\$ 153,5 milhões, alta de 21,2% em comparação ao 2T25 impulsionado (i) pelo lançamento da nova versão do app no 2T25 e (ii) pela evolução das vendas OMS¹ que abrangem as vendas iniciadas nos canais digitais que são faturadas ou entregues nas lojas físicas.

- Neste trimestre, as vendas via app representaram cerca de um terço das vendas digitais no 2T26 (ante 17% no 2T25), ampliando o indicador de conversão do canal digital
- As vendas OMS atingiram 57% das vendas digitais no trimestre, acima dos 32% registrados no 2T25



¹ Vendas OMS são aquelas realizadas nos canais digitais e faturadas pelas lojas, englobando aquelas retiradas pelo cliente na loja ou cujo frete parte da loja-hub (ship from store).

A receita de subvenção somou R\$ 73,4 milhões no período, o que correspondeu a 6,9% da receita bruta do trimestre versus R\$ 67,9 milhões e 7,0% da receita bruta no 2T25. No trimestre, a linha de deduções da receita bruta¹ apresentou um aumento de 14,2% em relação ao 2T25 e representou 22,2% da receita bruta.

A dinâmica observada no trimestre reflete o efeito da operação do novo centro de distribuição no Espírito Santo, que gerou R\$ 18,0 milhões de crédito no trimestre, suavizando o menor ritmo produtivo. Desde o 3T25, a Companhia iniciou um plano de redução dos estoques com intuito de otimizar o capital empregado. Essa estratégia reduz o ritmo de produção gerando em contrapartida uma menor receita de subvenção e tributos sobre a operação fabril no período. O impacto da menor subvenção e tributos correlatos sobre a receita bruta foi de 0,5 p.p. no 2T26 e -0,6 p.p. no 1S26, respectivamente.

Deduções da Receita (R\$ milhões)	2T26	2T25	Var. (%)	1S26	1S25	Var. (%)
Receita Bruta ¹	1.071,5	969,7	10,5%	1.823,2	1.630,2	11,8%
Deduções da Receita Bruta	(238,3)	(208,7)	14,2%	(394,6)	(332,1)	18,8%
% Receita Bruta ¹	-22,2%	-21,5%	(0,7 p.p.)	-21,6%	-20,4%	(1,3 p.p.)
ICMS, ISS e PIS/COFINS ²	(295,1)	(255,5)	15,5%	(500,3)	(435,9)	14,8%
% Receita Bruta ¹	-27,5%	-26,3%	(1,2 p.p.)	-27,4%	-26,7%	(0,7 p.p.)
Receita de subvenção (ICMS)	73,4	67,9	8,2%	138,4	149,4	-7,4%
% Receita Bruta ¹	6,9%	7,0%	(0,1 p.p.)	7,6%	9,2%	(1,6 p.p.)
Tributos sobre operação fabril ²	(16,7)	(21,1)	-21,0%	(32,7)	(45,6)	-28,3%
% Receita Bruta ¹	-1,6%	-2,2%	0,6 p.p.	-1,8%	-2,8%	1,0 p.p.
Receita Líquida	833,1	761,0	9,5%	1.428,6	1.298,1	10,1%

¹ Considera receita bruta líquida de devoluções.
² F.T.I, UEA e PIS/COFINS sobre direito autoral.



2T26 | LUCRO BRUTO

Lucro Bruto (R\$ milhões) e Margem Bruta (%)	2T26	2T25	Var. (%)	1S26	1S25	Var. (%)
Receita Bruta (Líq. de devoluções)	1.071,5	969,7	10,5%	1.823,2	1.630,2	11,8%
Receita Líquida	833,1	761,0	9,5%	1.428,6	1.298,1	10,1%
Custo	(234,7)	(210,8)	11,3%	(413,8)	(383,2)	8,0%
% Receita Líquida	-28,2%	-27,7%	(0,5 p.p.)	-29,0%	-29,5%	0,6 p.p.
CMV (Insumos, matérias-primas e produtos)	(227,6)	(200,9)	13,3%	(403,9)	(366,6)	10,2%
% Receita Líquida	-27,3%	-26,4%	(0,9 p.p.)	-28,3%	-28,2%	(0,0 p.p.)
Despesas Fábrica	(7,8)	(10,6)	-26,4%	(11,3)	(18,0)	-37,1%
% Receita Líquida	-0,9%	-1,4%	0,5 p.p.	-0,8%	-1,4%	0,6 p.p.
Lucro Bruto	597,7	549,5	8,8%	1.013,4	913,5	10,9%
Margem Bruta (% Receita Líquida)	71,7%	72,2%	(0,5 p.p.)	70,9%	70,4%	0,6 p.p.

O lucro bruto do 2T26 foi de R\$ 597,7 milhões, alta de 8,8% vs. 2T25, com margem bruta de 71,7%, mostrando a capacidade de sustentação de margens em diversos ciclos dos preços dos metais. No 1S26, a Companhia atingiu uma margem bruta de 70,9%, a maior margem registrada em um primeiro semestre.

A trajetória da margem bruta segue ancorada (i) na contínua gestão das estratégias entre metais, com destaque para capacidade de inovação do mix como alavanca de rentabilidade e (ii) no *hedge* natural que a dinâmica atual de estoques somada a capacidade de reaproveitamento de metais oferecem, mitigando pressões de custos. A Companhia apresenta abaixo as principais variações da margem ano contra ano, desconsiderando a oscilação da receita de subvenção entre os períodos.

- Receita de Subvenção (Fábrica + CD):** Adotando o critério de estabilidade da receita de subvenção ano contra ano, a margem bruta comparável foi de 72,4% ante os 72,2% registrados no 2T25 e 70,2% ante os 70,4% do 1S25, o que significa um efeito de +0,2 p.p. no trimestre e -0,2 p.p. no semestre. Para isolar esse efeito, apresentamos variações das rubricas calculadas em regime de subvenção estável¹.
- CMV:** redução de -1,1 p.p. no 2T26 reflete efeito da alocação dos gastos gerais de fabricação no 2T25, que impactaram positivamente em 1,6 p.p a margem bruta do 2T25 visto que uma maior parcela de produtos vendidos ainda não possuíam gastos de fabricação alocados ao seu custo. Desconsiderando este efeito, a Companhia segue com sólidos resultados graças a sua estratégia multi-metal. A evolução de margem das Joias Vivara merece destaque, pois foi impulsionada pelo ganho de *share* de subcategorias com maiores *markups*, como Prata Vivara e Prata/Ouro, e pelo reposicionamento de preços praticados no primeiro semestre de 2026. A alta cobertura de produtos em ouro, aliada aos processos de derretimento de produtos defeituosos e de baixo giro, segue protegendo o custo médio do ouro nos produtos acabados. No 1S26, as iniciativas mencionadas impactaram positivamente a linha do CMV em 0,2 p.p. contra o mesmo período do ano passado.
- Despesas de fábrica:** Ambas as rubricas refletem os ganhos de eficiência produtiva, decorrente da diminuição dos índices de retrabalho que possibilitaram a redução do *headcount* fabril e a menor incidência de horas extras tanto no trimestre como no semestre.

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.

	2T26	2T25	Var. (%)	1S26	1S25	Var. (%)
Despesas Operacionais¹ (R\$ milhões)	(393,0)	(354,3)	10,9%	(712,1)	(619,8)	14,9%
% Receita Líquida	-47,2%	-46,6%	(0,6 p.p.)	-49,8%	-47,7%	(2,1 p.p.)

¹ Soma de Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas e Outras receitas e Despesas, excluindo Depreciação e Amortização (D&A).

No 2T26, as Despesas Operacionais somaram R\$ 393,0 milhões, alta de 10,9% sobre o 2T25 e equivalentes a 47,2% da receita líquida, 0,6 p.p. acima do ano anterior. Excluindo a contabilização do novo plano de incentivo de longo prazo de R\$ 1,4 milhões no trimestre, as despesas operacionais cresceram 10,5% no 2T26 vs 2T25, em linha com o crescimento da receita bruta. No 1S26, a linha cresceu 14,9%, representando 49,8% da receita. A seguir são apresentadas as variações das Despesas com Vendas no 2T26, cujo aumento foi parcialmente compensado pela diluição de despesas Gerais e Administrativas e Outras Receitas e Despesas no trimestre.

Despesas Operacionais (R\$ milhões)	2T26	2T25	Var. (%)	1S26	1S25	Var. (%)
Despesas com Vendas¹	(326,0)	(286,6)	13,8%	(581,4)	(498,7)	16,6%
% Receita Líquida	-39,1%	-37,7%	(1,5 p.p.)	-40,7%	-38,4%	(2,3 p.p.)
Pessoal	(157,8)	(131,3)	20,2%	(276,1)	(234,4)	17,8%
% Receita Líquida	-18,9%	-17,3%	(1,7 p.p.)	-19,3%	-18,1%	(1,3 p.p.)
Aluguéis e condomínios	(64,7)	(57,3)	12,9%	(121,0)	(106,4)	13,7%
% Receita Líquida	-7,8%	-7,5%	(0,2 p.p.)	-8,5%	-8,2%	(0,3 p.p.)
Frete	(15,5)	(11,9)	30,2%	(28,8)	(19,1)	51,0%
% Receita Líquida	-1,9%	-1,6%	(0,3 p.p.)	-2,0%	-1,5%	(0,5 p.p.)
Comissão sobre Cartões	(19,1)	(17,5)	9,1%	(32,2)	(29,3)	10,1%
% Receita Líquida	-2,3%	-2,3%	0,0 p.p.	-2,3%	-2,3%	(0,0 p.p.)
Serviços Profissionais Contratados	(8,8)	(11,8)	-25,1%	(17,7)	(20,0)	-11,9%
% Receita Líquida	-1,1%	-1,5%	0,5 p.p.	-1,2%	-1,5%	0,3 p.p.
Despesas com Marketing	(39,2)	(31,5)	24,5%	(66,9)	(51,4)	30,2%
% Receita Líquida	-4,7%	-4,1%	(0,6 p.p.)	-4,7%	-4,0%	(0,7 p.p.)
Outras despesas com vendas	(20,8)	(25,2)	-17,4%	(38,7)	(38,0)	1,7%
% Receita Líquida	-2,5%	-3,3%	0,8 p.p.	-2,7%	-2,9%	0,2 p.p.

² Excluindo Depreciação e Amortização (D&A).

No 2T26, as Despesas com Vendas somaram R\$ 326,0 milhões, alta de 13,8% sobre o 2T25 e equivalentes a 39,1% da receita líquida, 3,8 p.p. abaixo do 1T26 e 1,5 p.p. acima do ano anterior. No 1S26, a linha cresceu 16,6%, representando 40,7% da receita.

A variação de 1,5 p.p. do 2T26 versus 2T25 está concentrada nas despesas com Pessoal, Marketing e Frete, que somam 2,2 p.p. e são parcialmente compensadas pela diluição das Outras despesas com vendas devido a menor atividade promocional e distribuição de brindes em datas comemorativas, gerando eficiência de 0,8 p.p. nesta rubrica.

As despesas com pessoal de lojas responderam por um aumento de 0,9 p.p., em função da aceleração do ritmo de aberturas, com 51 inaugurações nos últimos doze meses ante 43 no 1S25, movimento que gera descasamento temporário entre a geração de receita e a diluição das despesas das novas unidades. Além disso, as despesas com pessoal foram impactadas por 0,4 p.p. dos efeitos decorrentes da reclassificação da provisão de R\$ 2,2 milhões para a linha de Outras Receitas e Despesas Operacionais no 2T25, em razão de sua conversão em processo judicial, e de rescisões pontuais de cerca de R\$ 1,0 milhão no 2T26.

As despesas com marketing apresentaram aumento de 0,6 p.p., refletindo a intensificação da mídia de performance em datas comemorativas, com destaque para o Dia das Mães e o Dia dos Namorados, acompanhando o crescimento das vendas digitais, além de maiores investimentos em eventos e branding. As despesas com frete tiveram um aumento de 0,3 p.p., em função da estratégia de transferências de peças entre lojas iniciada no 3T25 para otimização de estoques e da inauguração do centro de distribuição do Espírito Santo em junho de 2025. A partir do 3T26, essas transferências devem se reduzir de forma expressiva, uma vez que as oportunidades de realocação já diminuíram após 12 meses de aplicação da estratégia. Desconsiderados esses efeitos, o aumento das despesas com frete foi de 6,6% no 2T26, ante os 30,2% reportados.

	2T26	2T25	Var. (%)	1S26	1S25	Var. (%)
Despesas Gerais e Administrativas (R\$ milhões)	(61,8)	(61,2)	1,0%	(118,8)	(112,6)	5,5%
% Receita Líquida	-7,4%	-8,0%	0,6 p.p.	-8,3%	-8,7%	0,4 p.p.
Pessoal	(26,6)	(24,9)	6,5%	(49,1)	(47,1)	4,2%
% Receita Líquida	-3,2%	-3,3%	0,1 p.p.	-3,4%	-3,6%	0,2 p.p.
Serviços Profissionais Contratados	(21,7)	(25,2)	-13,9%	(41,4)	(44,0)	-5,9%
% Receita Líquida	-2,6%	-3,3%	0,7 p.p.	-2,9%	-3,4%	0,5 p.p.
Outras Despesas Gerais e Administrativas ¹	(13,5)	(11,0)	22,6%	(28,3)	(21,5)	31,6%
% Receita Líquida	-1,6%	-1,4%	(0,2 p.p.)	-2,0%	-1,7%	(0,3 p.p.)

¹ Excluindo Depreciação e Amortização (D&A).
² 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 2T26 totalizaram R\$ 61,8 milhões, alta de 1,0% versus o 2T25, representando 7,4% da receita líquida do período, 0,6 p.p. abaixo do mesmo período do ano anterior. No 1S26, a linha apresentou alta de 5,5%, equivalente a 8,3% da receita do período, redução de 0,4 p.p. em comparação do 1S25.

- i. Pessoal:** a linha cresceu abaixo da evolução da receita, mesmo com a contabilização do novo plano de incentivo de longo prazo a partir de junho no montante de R\$ 1,4 milhões, compensado por menores premiações no trimestre. A despesa trimestral relacionada aos planos de incentivo de longo prazo deverá alcançar R\$ 4,2 milhões a partir do 3T26, em função do reconhecimento de três meses de despesas, ante apenas um mês no 2T26.
- ii. Serviços profissionais contratados:** a redução da linha decorre de ganhos de eficiência em contratos de tecnologia na infraestrutura digital.
- iii. Outras Despesas Gerais e Administrativas:** aumento atrelado a maiores investimentos em almoxarifado e uniforme para lojas.

	2T26	2T25	Var. (%)	1S26	1S25	Var. (%)
Outras Rec. (Desp.) Operacionais (R\$ milhões)	(5,2)	(6,5)	-21,1%	(11,9)	(8,5)	39,6%
% Receita Líquida	-0,6%	-0,9%	0,2 p.p.	-0,8%	-0,7%	(0,2 p.p.)

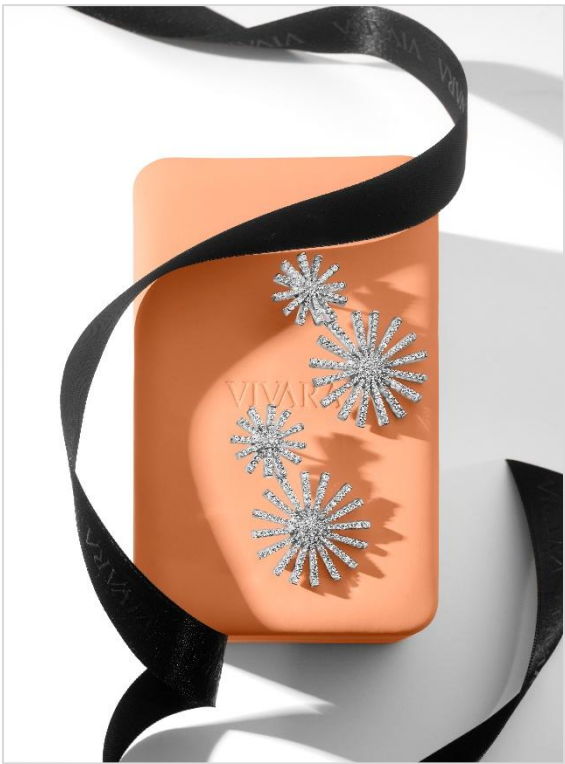
A linha de Outras Receitas (Despesas) Operacionais registrou, no 2T26, uma despesa de R\$ 5,2 milhões, ante despesa de R\$ 6,5 milhões no 2T25. A variação é majoritariamente explicada por dois fatores: (i) a baixa de três contratos de arrendamento, sendo duas mudanças de pontos de lojas e o encerramento das operações de um pequeno armazém logístico; e (ii) a realocação de uma provisão de despesa de R\$ 2,2 milhões no 2T25, anteriormente registrada em despesas com pessoal de vendas, em razão de sua conversão em processo judicial.

No 1S26, a variação é majoritariamente explicada pelo aumento de contingências e acordos trabalhistas no período, reflexo da mudança do critério de provisionamento com atualização de prognósticos no valor de R\$ 3,1 milhões.

Reconciliação entre EBITDA e Lucro Líquido (R\$ milhões)	2T26	2T25	Var. (%)	1S26	1S25	Var. (%)
Lucro Líquido	157,5	157,6	-0,1%	245,7	280,0	-12,2%
Margem líquida (%)	18,9%	20,7%	(1,8 p.p.)	17,2%	21,6%	(4,4 p.p.)
(+) IR/CSLL	13,7	5,9	133,5%	(9,4)	(36,1)	-74,0%
(+) Resultado financeiro	15,5	15,9	-2,3%	30,5	18,0	69,5%
(+) Depreciação e Amortização	18,6	16,4	13,8%	35,2	32,6	8,0%
EBITDA Total	205,4	195,7	4,9%	302,1	294,5	2,6%
Margem EBITDA (%)	24,7%	25,7%	(1,1 p.p.)	21,1%	22,7%	(1,5 p.p.)

No 2T26, o EBITDA somou R\$ 205,4 milhões, com margem EBITDA de 24,7%. No 1S26, o EBITDA totalizou R\$ 302,1 milhões, com margem de 21,1%.

Conforme descrito na seção do Lucro Bruto, o comparativo do EBITDA entre os períodos é impactado pela menor receita de subvenção e tributos incidentes em Manaus, em linha com a estratégia de otimização de capital de giro. Em bases comparáveis, excluindo o efeito da subvenção e de itens pontuais ou não recorrentes¹, comentados nas seções anteriores, o EBITDA cresce 7,5% no 2T26 e 9,1% no 1S26, com margens de 24,8% no 2T26 (versus 25,1% no 2T25), e 21,5% no 1S26 (versus 21,8% no 1S25).



¹ Base comparável 2T25: (i) subvenção R\$ +4,6M e (ii) alocação GGF de R\$ -7,9M. Base comparável 2T26: (iii) ILP de R\$ -1,4M. Base comparável 1S25: (i) subvenção R\$ -9,3M, (ii) alocação GGF de R\$ -4,3M. Base comparável 1S26: (iii) ILP R\$ -1,4M e (iv) R\$ -3,1M de contingências trabalhistas.

Lucro Líquido (R\$ milhões)	2T26	2T25	Var. (%)	1S26	1S25	Var. (%)
EBITDA Total	205,4	195,7	4,9%	302,1	294,5	2,6%
(+) IR/CSLL	(13,7)	(5,9)	133,5%	9,4	36,1	-74,0%
(+) Resultado financeiro	(15,5)	(15,9)	-2,3%	(30,5)	(18,0)	69,5%
(+) Depreciação e Amortização	(19,4)	(18,7)	3,7%	(35,2)	(32,6)	8,0%
Lucro Líquido	156,7	155,3	0,9%	242,6	275,3	-11,9%
Margem líquida (%)	18,8%	20,4%	(1,6 p.p.)	17,0%	21,2%	(4,2 p.p.)

No 2T26 o lucro líquido totalizou R\$156,7 milhões com margem líquida de 18,8%. No 1S26 o lucro líquido foi de R\$242,6 milhões. Em bases comparáveis¹,o lucro líquido cresce 25,8% no 2T26 e 25,4% no 1S26 em comparação ao mesmo período do ano anterior. Em linha com a estratégia de otimização de estoques, a linha de IR/CSLL foi impactada pela menor produção da fábrica própria no período, com a consequente redução das vendas *intercompany* entre fábrica e varejo, o que reduz o imposto de renda diferido apurado sobre essas operações.

2T26 | ENDIVIDAMENTO

Dívida Líquida ² (R\$ milhões)	2T26	1T26	4T25	2T25
Dívida Bruta	557,5	555,0	558,6	513,7
Empréstimos e Financiamentos (Curto Prazo) ³	256,4	255,8	255,7	159,5
Empréstimos e Financiamentos (Longo Prazo) ³	298,5	298,4	298,3	341,8
Risco Sacado (classificado como Fornecedor Convenio)	2,6	0,8	4,6	12,4
Caixa e Equivalentes (incl. Títulos mobiliários)	416,7	308,5	398,6	186,1
Dívida Líquida (incluindo Risco Sacado)	140,9	246,6	160,0	327,6
EBITDA Ajustado LTM (últimos 12 meses)	762,7	761,9	766,3	733,7
Dívida Líquida/EBITDA Ajustado	0,18x	0,32x	0,21x	0,45x

Ao final do 2T26, a dívida líquida foi de R\$ 140,9 milhões, redução de R\$ 105,7 milhões em relação ao 1T26 e de R\$ 186,7 milhões frente ao 2T25. A relação Dívida Líquida/EBITDA segue em trajetória de melhora e atingiu 0,2x no 2T26, ante 0,3x no 1T26 e 0,4x no 2T25. A geração de caixa operacional segue consistente e, somada ao baixo endividamento, reforça a solidez financeira da Companhia, permitindo manter a alavancagem em patamares reduzidos, em linha com seu histórico.

¹ Base comparável 2T25: (i) subvenção R\$ +3,0M e (ii) alocação GGF de R\$ -5,2M e (iii) normalização do imposto de renda diferido de R\$ -27,8M. Base comparável 2T26: (iv) ILP R\$ -0,9M (todos os itens aplicáveis já descontados de 34% de IR).
Base comparável 1S25: (i) subvenção R\$ -6,1M, (ii) alocação GGF de R\$ -2,8M e (iii) normalização do imposto de renda diferido de R\$ -70,5M . Base comparável 1S26: (iv) ILP R\$ -0,9M e (v) R\$ -2,1M de contingências trabalhistas (todos os itens aplicáveis já descontados de 34% de IR).

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\$ milhões)	2T26	2T25	Var. (R\$ M)	1S26	1S25	Var. (R\$ M)
Lucro Líquido	156,7	155,3	1,5	232,5	266,1	(33,7)
(-) Efeitos não caixa do Lucro Líquido ¹	84,3	81,8	2,4	152,8	111,7	41,1
(-) Imposto de Renda Pago	(31,4)	(23,8)	(7,6)	(60,8)	(45,7)	(15,1)
(-) Arrendamento do Direito de Uso ²	(33,3)	(31,3)	(2,0)	(75,9)	(70,7)	(5,2)
(+/-) Capital de Giro	(29,0)	3,0	(32,1)	(151,4)	(243,8)	92,4
Contas a Receber	(116,4)	(34,3)	(82,2)	(25,6)	169,9	(195,5)
Estoque	13,6	9,5	4,1	(56,8)	(162,0)	105,2
Fornecedores	9,0	9,4	(0,3)	(58,7)	(202,0)	143,2
Impostos a Recuperar	5,5	(6,2)	11,7	10,9	18,9	(7,9)
Obrigações Tributárias	27,5	52,2	(24,7)	(11,1)	(18,7)	7,6
Outros ativos e passivos	31,8	(27,5)	59,3	(10,0)	(49,9)	39,9
Caixa das Atividades Operacionais Gerencial ³	147,3	185,0	(37,8)	97,2	17,7	79,6
Capex	(23,8)	(16,7)	(7,2)	(42,4)	(36,3)	(6,1)
Geração (Consumo) de Caixa Livre	123,4	168,4	(44,9)	54,8	(18,7)	73,5

1. 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.

2. Inclui saldo de juros e amortizações de arrendamento de direito de uso

3. Considera juros e amortização de contratos de arrendamento de direito de uso e não considera os juros pagos de empréstimos

No 2T26, a geração de caixa das atividades operacionais foi de R\$ 147,3 milhões, equivalente a 71,7% do EBITDA do trimestre e, considerando os recebíveis de janeiro de 2026 no valor de R\$ 163,8 milhões antecipados em dezembro de 2025, R\$ 261,0 milhões no 1S26, equivalente a 86,4% de conversão. No 2T25, a geração de caixa operacional foi de R\$ 185,0 milhões, por conta da antecipação de recebíveis de cartão de crédito realizada no valor de R\$ 90,4 milhões. Desconsiderando essa antecipação, a geração de caixa do período comparativo foi de R\$ 94,6 milhões, equivalente a uma conversão de 48,3% do EBITDA daquele período. Abaixo destacamos as principais variáveis que explicam o capital de giro:

- i. **Contas a Receber:** conforme mencionado acima, desconsiderando a antecipação de R\$ 90,4 milhões de recebíveis de cartão de crédito realizada no 2T25, a linha consumiu R\$ 82,2 milhões a menos do que no 2T25.
- ii. **Outros ativos e passivos:** Geração de R\$ 31,8 milhões no 2T26 versus consumo de R\$ 27,5M no 2T25 reflete a redução do montante de antecipações a fornecedores em 2026 por conta da redução de compras em linha com a estratégia de redução de estoques.
- iii. **Estoques:** geração de R\$ 13,6 milhões no período reflexo da estratégia de otimização de estoques.

2T26 | CAPEX

Investimentos (R\$ milhões)	2T26	2T25	Var. (%)	1S26	1S25	Var. (%)
Capex Total	23,8	17,0	40,3%	42,4	36,1	17,4%
Novas lojas	14,4	5,8	148,1%	24,0	10,5	128,6%
Reformas e Manutenção	6,7	2,8	141,7%	12,5	5,1	147,0%
Fábrica	2,6	3,9	-34,4%	5,4	11,5	-52,8%
Sistemas/TI	0,2	1,6	-85,2%	0,5	5,8	-91,1%
Outros	0,0	2,9	N/A	0,0	3,3	-98,9%
CAPEX/Receita Líquida (%)	2,9%	2,2%	0,6 p.p.	3,0%	2,8%	0,2 p.p.

No 2T26, os investimentos totalizaram R\$ 23,8 milhões, aumento de 40,3% em relação ao 2T25, reflexo do maior volume de aberturas de lojas e reformas no período, parcialmente compensado pela menor intensidade de investimentos em tecnologia.

No 1S26 o aumento de R\$ 13,5 milhões em novas lojas está atrelado ao maior número de aberturas, 22 no 1S26 versus 12 no 1S25, com 4 aberturas de lojas Vivara ante nenhuma abertura no 1S25, cujo investimento tende a ser maior do que os das Lojas Life.

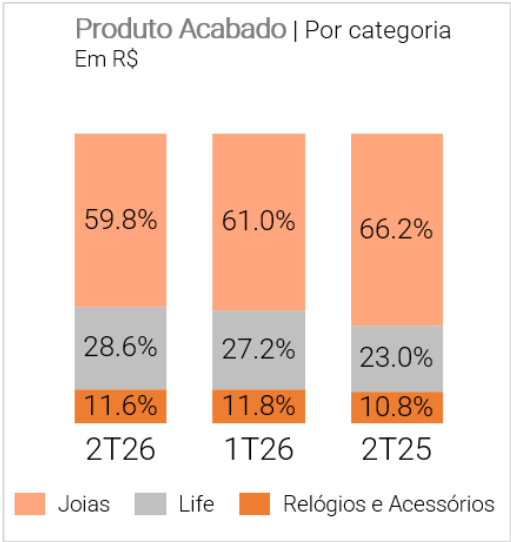
A Companhia segue executando seu plano de crescimento, com abertura de lojas e sustentação do SSS, ao mesmo tempo em que busca eficiência em seu estoque de matéria-prima e de produtos acabados. O 2T26 apresenta um avanço na agenda de otimização, encerrando com uma 582 dias de estoque, redução de 88 dias em relação ao 2T25 (maior do que os 77 dias no 1T26 e 48 dias no 4T25).

No comparativo 2T26 vs 2T25, observa-se um aumento da linha de matéria-prima, principalmente reflexo da evolução do custo médio e dos volumes de prata na fábrica. O custo médio da prata segue sendo atualizado na medida em que compras são feitas regularmente para abastecer a produção. O estoque de ouro também apresentou aumento ano contra ano devido a evolução do custo médio, sendo parcialmente compensado pela redução de volumes.

Analisando a dinâmica do estoque de produto acabado, o custo médio do fechamento do trimestre dos produtos de ouro aumentou 9,5% no comparativo anual, variação esta inferior ao aumento do preço da commodity no mesmo período.

Estoques (R\$ milhões)	2T26	1T26	4T25	2T25	Var. (%) QoQ	Var. (%) YoY
Produtos acabados	1.087,6	1.040,8	979,4	1.098,6	4,5%	-1,0%
Matéria Prima	397,7	457,0	443,0	337,7	-13,0%	17,8%
Embalagens	52,7	52,5	56,5	60,4	0,3%	-12,7%
Estoques	1.538,0	1.550,3	1.478,9	1.496,6	-0,8%	2,8%
COGS LTM	-952,1	-928,2	-921,5	-804,1	2,6%	18,4%
Dias de Estoque¹	582	601	578	670	-20	-88

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



A Companhia encerrou o trimestre com 520 pontos de venda em operação versus 469 no final do 2T25. Em junho de 2026 a Companhia operava 272 lojas Vivara, 237 lojas Life e 11 quiosques, terminando o período com área de vendas total de 43.273 metros quadrados.

Durante o 2T26 foram inauguradas 17 novas lojas, sendo 4 lojas Vivara e 13 lojas Life, adicionando 1.311,0 metros quadrados. No 2T25 foram 8 inaugurações, sendo todas no formato Life, que adicionaram 740,9 metros quadrados naquele período. Desde o início de 2026, foram inauguradas 22 lojas, sendo 4 lojas Vivara e 18 lojas Life, ante 12 inaugurações no mesmo período de 2025, todas lojas Life. Atualmente, a Companhia está presente com ambas as marcas em 191 shoppings.

Evolução do número de lojas

	2T25	3T25	4T25	1T26	2T26	Var. YoY	Var. QoQ
Nº de lojas	469	474	498	503	520	51	17
Vivara	266	266	268	268	272	6	4
Life	192	197	219	224	237	45	13
Quiosque	11	11	11	11	11	-	-
Área de vendas (m²)	39.382	39.787	41.571	41.962	43.273	3.890	1.311
Vivara	24.767	24.767	24.937	24.937	25.308	541	371
Life	14.548	14.952	16.560	16.951	17.891	3.343	940
Quiosque	68	68	74	74	74	6	-

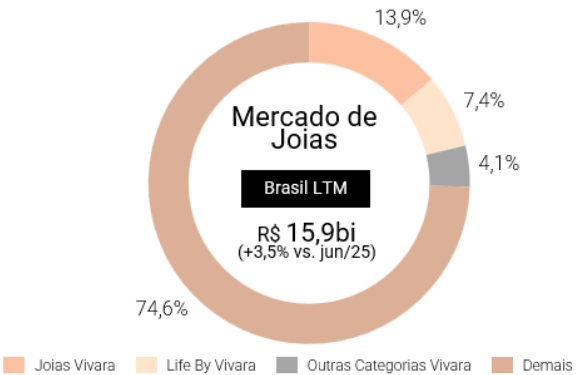
Lojas por Geografia | 2T26

Tipo	Norte	Centro-Oeste	Sul	Sudeste	Nordeste	Panamá	Total
Loja Vivara	14	27	46	142	42	1	272
Loja Life	14	23	34	128	38	0	237
Quiosque	1	0	1	8	1	0	11
TOTAL	29	50	81	278	81	1	520

Penetração de lojas em Shoppings¹ | 2T26

Nº de Shoppings	316	100%
Apenas com Lojas Vivara	80	25%
Apenas com Lojas Life	45	14%
Com ambas as lojas	191	60%

Market Share²: A Companhia encerrou o 2T26 com 25,4% de participação no mercado brasileiro de joias¹, 2,7 p.p. acima do 2T25, sendo 13,9% em Vivara e 7,4% em Life e 4,1% referente as demais categorias (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 de joias brasileiro.



¹ Não considera os 11 quiosques e 1 loja de rua (Vivara Oscar Freire) para completar os 520 pontos de venda em Jun/26 (272 lojas Vivara, 237 Lojas Life e 11 Quiosques).
² A Companhia utilizou como base o estudo da Euromonitor (2021), atualizado com Indicadores do ICVA e receita consolidada 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 (R\$ milhões)						
	2T26			2T25		
	Pós IFRS 16	Ajustes	Pré IFRS 16	Pós IFRS 16	Ajustes	Pré IFRS 16
Receita Bruta (ex-devoluções)	1.071,5		1.071,5	969,7		969,7
(-) Deduções da Receita (ex-Rec. Subvenção)	(311,8)		(311,8)	(276,5)		(276,5)
(+) Rec. Subvenção	73,4		73,4	67,9		67,9
(=) Receita operacional líquida	833,1		833,1	761,0		761,0
(-) Custos	(234,7)	(0,7)	(235,4)	(210,8)	(0,7)	(211,5)
(=) Lucro Bruto	598,5		597,7	550,2		549,5
%Margem Bruta	71,8%		71,7%	72,3%		72,2%
(=) Despesas Operacionais¹	(359,8)		(393,0)	(323,7)		(354,3)
% sobre Receita Líq.	-43,2%		-47,2%	-42,5%		-46,6%
(-) Despesas com Vendas	(294,0)	(32,1)	(326,0)	(257,0)	(29,6)	(286,6)
(-) Despesas G&A	(60,7)	(1,1)	(61,8)	(60,1)	(1,0)	(61,2)
(+/-) Outras Rec e Desp Oper.	(5,2)		(5,2)	(6,5)		(6,5)
(+) Depreciação (custos)	0,6		0,6	0,5		0,5
(=) EBITDA	239,3		205,4	227,1		195,7
%Margem EBITDA	28,7%		24,7%	29,8%		25,7%
(-) Depreciação e Amortização	(39,4)	20,0	(19,4)	(38,5)	19,8	(18,7)
(-) Resultado Financeiro	(36,7)	21,2	(15,5)	(33,4)	17,6	(15,9)
(+/-) IRPJ e CSLL	(11,5)	(2,2)	(13,7)	(4,1)	(1,8)	(5,9)
(=) Lucro Líquido	151,7		156,7	151,1		155,3
%Margem Líquida	18,2%		18,8%	19,9%		20,4%

	1S26			1S25		
	Pós IFRS 16	Ajustes	Pré IFRS 16	Pós IFRS 16	Ajustes	Pré IFRS 16
Receita Bruta (ex-devoluções)	1.823,2		1.823,2	1.630,2		1.630,2
(-) Deduções da Receita (ex-Rec. Subvenção)	(533,0)		(533,0)	(481,5)		(481,5)
(+) Rec. Subvenção	138,4		138,4	149,4		149,4
(=) Receita operacional líquida	1.428,6		1.428,6	1.298,1		1.298,1
(-) Custos	(413,8)	(1,4)	(415,3)	(383,2)	(1,4)	(384,6)
(=) Lucro Bruto	1.014,8		1.013,4	914,9		913,5
%Margem Bruta	71,0%		70,9%	70,5%		70,4%
(=) Despesas Operacionais¹	(647,2)		(712,1)	(559,8)		(619,8)
% sobre Receita Líq.	-45,3%		-49,8%	-43,1%		-47,7%
(-) Despesas com Vendas	(518,7)	(62,7)	(581,4)	(440,7)	(57,9)	(498,7)
(-) Despesas G&A	(116,6)	(2,2)	(118,8)	(110,5)	(2,1)	(112,6)
(+/-) Outras Rec e Desp Oper.	(11,9)		(11,9)	(8,5)		(8,5)
(+) Depreciação (custos)	0,8		0,8	0,8		0,8
(=) EBITDA	368,4		302,1	355,9		294,5
%Margem EBITDA	25,8%		21,1%	27,4%		22,7%
(-) Depreciação e Amortização	(78,1)	39,8	(38,3)	(76,9)	39,6	(37,3)
(-) Resultado Financeiro	(72,5)	42,0	(30,5)	(53,2)	35,2	(18,0)
(+/-) IRPJ e CSLL	14,8	(5,4)	9,4	40,3	(4,3)	36,1
(=) Lucro Líquido	232,5		242,6	266,1		275,3
%Margem Líquida	16,3%		17,0%	20,5%		21,2%

¹ Saldos excluindo Depreciação e Amortização (D&A)

DRE (R\$ milhões) Pós IFRS 16	2T26	2T25	Var. (%)	1S26	1S25	Var. (%)
Receita Bruta de Vendas de Mercadorias	1.072,3	967,8	10,8%	1.827,0	1.796,4	1,7%
Receita Bruta de Serviços	2,0	2,1	-5,1%	4,0	4,5	-10,9%
Devoluções	(2,8)	(0,2)	1524,3%	(7,8)	(170,7)	-95,4%
Receita Bruta (Líqu. de devoluções)	1.071,5	969,7	10,5%	1.823,2	1.630,2	11,8%
Deduções da Receita Bruta	(238,3)	(208,7)	14,2%	(394,6)	(332,1)	18,8%
Receita Líquida	833,1	761,0	9,5%	1.428,6	1.298,1	10,1%
(-) Custos dos Produtos Vendidos e serviços prestados	(234,1)	(210,3)	11,3%	(413,1)	(382,4)	8,0%
(-) Depreciações e Amortizações	(0,6)	(0,5)	13,9%	(0,8)	(0,8)	-7,3%
(=) Lucro Bruto	598,5	550,2	8,8%	1.014,8	914,9	10,9%
(-) Despesas Operacionais	(398,6)	(361,6)	10,2%	(724,6)	(635,8)	14,0%
Vendas (ex D&A)	(294,0)	(257,0)	14,4%	(518,7)	(440,7)	17,7%
Pessoal	(157,8)	(131,3)	20,2%	(276,1)	(234,4)	17,8%
Aluguéis e condomínios	(32,6)	(27,7)	17,8%	(58,3)	(48,5)	20,2%
Frete	(15,5)	(11,9)	30,2%	(28,8)	(19,1)	51,0%
Comissão sobre Cartões	(19,1)	(17,5)	9,1%	(32,2)	(29,3)	10,1%
Serviços de Terceiros	(8,8)	(11,8)	-25,1%	(17,7)	(20,0)	-11,9%
Despesas com Marketing	(39,2)	(31,5)	24,5%	(66,9)	(51,4)	30,2%
Outras despesas com vendas	(20,8)	(25,2)	-17,4%	(38,7)	(38,0)	1,7%
Gerais e Administrativas (ex D&A)	(60,7)	(60,1)	1,0%	(116,6)	(110,5)	5,5%
Pessoal	(26,6)	(24,9)	6,5%	(49,1)	(47,1)	4,2%
Aluguéis e condomínios	(0,5)	(0,4)	8,6%	(0,9)	(0,7)	27,8%
Serviços de Terceiros	(21,7)	(25,2)	-13,9%	(41,4)	(44,0)	-5,9%
Outras Despesas Gerais e Administrativas	(11,9)	(9,5)	25,4%	(25,2)	(18,7)	34,8%
Depreciações e Amortizações	(38,8)	(37,9)	2,2%	(77,4)	(76,0)	1,7%
Outros Despesas (Receitas) Operacionais	(5,2)	(6,5)	-21,1%	(11,9)	(8,5)	39,6%
(=) Lucro (Prejuízo) Antes das Financeiras	199,9	188,6	6,0%	290,2	279,0	4,0%
(=) Resultado Financeiro	(36,7)	(33,4)	9,8%	(72,5)	(53,2)	36,3%
Receitas Financeiras	16,8	12,3	37,5%	31,1	26,1	19,1%
Despesas Financeiras	(53,5)	(45,7)	17,2%	(103,6)	(79,3)	30,6%
(=) Lucro Operacional	163,2	155,2	5,1%	217,7	225,8	-3,6%
Imposto de Renda e Contribuição Social	(11,5)	(4,1)	179,2%	14,8	40,3	-63,4%
(=) Lucro Líquido	151,7	151,1	0,4%	232,5	266,1	-12,6%

Balanço Patrimonial (R\$ milhões)	1S26	2025	Δ%
CIRCULANTE			
Caixa e equivalentes de caixa	416,7	398,6	4,5%
Contas a receber	1.015,5	989,6	2,6%
Contas a receber partes relacionadas	(0,0)	0,0	na
Estoques	1.538,0	1.478,9	4,0%
Impostos a recuperar	143,6	168,5	-14,7%
Despesas pagas antecipadamente e outros créditos	37,0	29,0	27,9%
Total do ativo circulante	3.150,8	3.064,6	2,8%
NÃO CIRCULANTE			
Depósitos judiciais	29,5	28,2	4,3%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	625,9	568,6	10,1%
Despesas pagas antecipadamente e outros créditos	3,6	5,2	-30,8%
Impostos a recuperar	52,7	40,8	29,1%
Imobilizado	966,3	955,3	1,1%
Intangível	51,6	59,9	-14,0%
Total do ativo não circulante	1.729,5	1.658,1	4,3%
ATIVO TOTAL	4.880,3	4.722,7	3,3%
CIRCULANTE			
Fornecedores	130,6	189,5	-31,1%
Fornecedores Convenio	2,6	4,6	-42,9%
Empréstimos e financiamentos	219,8	233,0	-5,6%
Obrigações trabalhistas e previdenciárias	136,9	143,6	-4,7%
Obrigações tributárias	91,3	123,9	-26,3%
Arrendamentos a pagar	15,2	14,5	5,2%
Instrumentos derivativos passivo	36,6	22,7	60,9%
Arrendamentos direito de uso a pagar	83,7	83,2	0,6%
Dividendos a pagar	0,0	0,0	0,0%
Outras obrigações	35,3	29,0	21,9%
Total do passivo circulante	752,2	843,9	-10,9%
NÃO CIRCULANTE			
Empréstimos e financiamentos	298,5	298,3	0,1%
Provisão para riscos cíveis, trabalhistas e tributários	30,6	26,9	13,5%
Arrendamentos direito de uso a pagar	608,5	599,5	1,5%
Outras obrigações	6,3	4,4	42,9%
Total do passivo não circulante	943,9	929,2	1,6%
PATRIMÔNIO LÍQUIDO			
Capital social	2.572,0	2.572,0	0,0%
Reservas de Capital	(52,6)	(53,0)	-0,8%
Ações em tesouraria	(25,1)	(26,8)	-6,2%
Opções Outorgadas	2,3	2,0	17,9%
Reservas de lucros	455,5	(164,0)	-377,7%
Lucros acumulados	232,5	619,5	-62,5%
Outros Resultados Abrangentes	(0,3)	(0,1)	237,9%
Total do patrimônio líquido	3.184,3	2.949,6	8,0%
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	4.880,3	4.722,7	3,3%

Fluxo de Caixa (R\$ milhões)	2T26	2T25	Var. (%)	1S26	1S25	Var. (%)
Lucro Líquido	151,7	151,1	0,4%	232,5	266,1	-12,7%
Ajustes do Lucro Líquido	89,3	86,0	3,9%	152,8	111,7	36,8%
Lucro Líquido Ajustado	241,0	237,1	1,6%	385,3	377,8	2,0%
Variação nos ativos e passivos operacionais:						
Contas a receber	(116,4)	(34,3)	-239,7%	(25,6)	169,9	-115,1%
Partes Relacionadas	(0,0)	-	n.a.	0,0	0,0	n.a.
Estoque	13,6	9,5	43,3%	(56,8)	(162,0)	64,9%
Fornecedores	9,0	9,4	-3,5%	(58,7)	(202,0)	70,9%
Impostos a Recuperar	5,5	(6,2)	188,5%	10,9	18,9	-42,0%
Obrigações Tributárias	27,5	52,2	-47,3%	(11,1)	(18,7)	40,4%
Outros ativos e passivos	31,8	(27,5)	215,7%	(10,0)	(49,9)	79,9%
Caixa das atividades operacionais	212,0	240,1	-11,7%	233,9	134,0	74,5%
-						
Imposto de Renda e Contribuição Social	(31,4)	(23,8)	-32,1%	(60,8)	(45,7)	-33,0%
Juros pagos de empréstimos e financiamentos	(17,1)	(15,9)	-7,7%	(38,7)	(22,2)	-74,6%
Juros pagos de arrendamentos de direito de uso	(31,4)	(7,8)	-302,3%	(42,0)	(17,5)	-140,6%
Caixa líquido das atividades operacionais	132,1	192,7	-31,4%	92,4	48,7	89,8%
Ações em Tesouraria						
	(2,2)	-	n.a.	(2,2)	(7,0)	68,5%.
Imobilizado	(23,5)	(14,9)	-57,6%	(41,5)	(29,6)	-40,5%
Intangível	(0,3)	(1,8)	81,5%	(0,9)	(6,8)	86,9%
Outros	4,1	27,8	-85,4%	4,1	5,5	-25,9%
Caixa das atividades de Investimentos	(22,0)	11,2	-296,9%	(40,5)	(37,8)	-7,2%
Dividendos e JCP						
	-	(155,2)	100,0%	-	(155,2)	100,0%
Empréstimos e financiamentos	-	11,0	n.a.	-	98,5	n.a.
Arrendamento do Direito de Uso	(1,9)	(23,5)	91,8%	(33,9)	(53,2)	36,3%
Outros	-	(0,0)	100,0%	-	-	-
Caixa das atividades de financiamento	(1,9)	(167,7)	98,8%	(33,9)	(109,9)	69,2%
Aumento (redução) de caixa e equivalente de caixa						
	108,2	36,1	199,3%	18,0	(99,0)	118,2%

- 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.

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



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



VIVARA

EARNINGS

2026

RELEASE

Q&A SESSION

Thursday, August 06th, 11 a.m. (BRT)



HIGHLIGHTS

1 SOLID EBITDA TO CASH CONVERSION

- EBITDA conversion into cash **reached 71.7%** in 2Q26, the highest level in the Company's history¹. In 1H26, cash conversion reached **86.4%**
- Operating cash generation² totaled **R\$147 million** in 2Q26. In 1H26, operating cash generation reached **R\$261 million**, surpassing 1H25 in **R\$333 million**
Ongoing progress in the inventory optimization strategy (-88 inventory days YoY)

2 SUSTAINED PROFITABILITY

- Gross margin of **71.7%** (+1.9 p.p. versus 1Q26), held up despite a significant increase in precious metal prices
- Highest gross margin ever recorded for a first half period at **70.9%**
- The multi-metal strategy, continuous innovation in product mix and collections, disciplined markup management and inventory optimization initiatives contributed to margin support

3 DIGITAL DRIVES SALES

- Digital sales channel rose **21.2%** YoY versus 2Q25
- Continued increase in the app's share in digital sales, accounting for more than **30%** of revenues
- OMS sales represented **57.0%** of digital sales during the period, demonstrating evolution in the integration of the customers' journey

1. Historical series excludes the years 2020 and 2021, which were impacted by the COVID-19 pandemic

2. Operating Cash Generation includes payments related to right-of-use lease contracts, while excluding interest paid on loans and the impact of credit card receivables factoring. This reduced 2Q25 cash generation by R\$90.4 million (receivables brought forward from 3Q25) and increased 1Q26 cash generation by R\$163.8 million (receivables brought forward in 4Q25)

FINANCIAL PERFORMANCE

Vivara Participações presents a summary of its financial performance¹ for the second quarter of 2026.

To better reflect the business drivers and facilitate the understanding of the Company's performance, this earnings release presents results on a pre-IFRS 16 basis, excluding the effects of IFRS 16 / CPC 06 (R2) through page 15. The reconciliation between pre and post IFRS 16 results is presented in the appendix to this report on page 16.

(R\$ million)	2Q26	2Q25	Var. (%)	1H26	1H25	Var. (%)
Gross Revenue (net of returns)	1,071.5	969.7	10.5%	1,823.2	1,630.2	11.8%
Revenue Deductions (excluding Subsidy Revenue)	(311.8)	(276.5)	12.7%	(533.0)	(481.5)	10.7%
Subsidy Revenue	73.4	67.9	8.2%	138.4	149.4	-7.4%
Net Operating Revenue	833.1	761.0	9.5%	1,428.6	1,298.1	10.1%
Costs	(235.4)	(211.5)	11.3%	(415.3)	(384.6)	8.0%
Gross Profit	597.7	549.5	8.8%	1,013.4	913.5	10.9%
Gross Margin (%)	71.7%	72.2%	(0,5 p.p.)	70.9%	70.4%	0,6 p.p.
Operating Expenses²	(393.0)	(354.3)	10.9%	(712.1)	(619.8)	14.9%
Net Revenue (%)	-47.2%	-46.6%	(0,6 p.p.)	-49.8%	-47.7%	(2,1 p.p.)
Selling Expenses	(326.0)	(286.6)	13.8%	(581.4)	(498.7)	16.6%
G&A Expenses	(61.8)	(61.2)	1.0%	(118.8)	(12.6)	5.5%
Other Operating Revenues (Expenses)	(5.2)	(6.5)	-21.1%	(11.9)	(8.5)	39.6%
Depreciation (costs)	0.6	0.5	14.1%	(0.8)	(0.8)	-7.3%
EBITDA	205.4	195.7	4.9%	302.1	294.5	2.6%
EBITDA Margin (%)	24.7%	25.7%	(1,1 p.p.)	21.1%	22.7%	(1,5 p.p.)
Depreciation and Amortization	(19.4)	(18.7)	3.7%	(38.3)	(37.3)	2.7%
Financial Result	(15.5)	(15.9)	-2.3%	(30.5)	(18,0)	69.5%
Corporate Income Tax (IRPJ) and Social Contribution (CSLL)	(13.7)	(5.9)	133.5%	9.4	36.1	-74.0%
Net Income	156.7	155.3	0.9%	242.6	275,3	-11.9%
Net Margin (%)	18.8%	20.4%	(1,6 p.p.)	17.0%	21.2%	(4,2 p.p.)

¹ Pre-IFRS 16 balances: balances exclude the effects of IFRS 16 related to lease agreements associated with store, office and manufacturing facility rentals for the amounts reported through page 15.

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

Revenue per channel and product	2Q26	2Q25	Var. (%)	1H26	1H25	Var. (%)
Gross Revenue (net of returns)	1,071.5	969.7	10.5%	1,823.2	1,630.2	11.8%
Per product						
Jewelry	539.8	482.2	11.9%	928.4	811.3	14.4%
Life	364.2	344.7	5.6%	616.9	578.3	6.7%
Watches	151.5	128.2	18.2%	249.2	211.3	18.0%
Accessories and services	16.0	14.7	9.4%	28.6	29.3	-2.3%
Per channel						
Physical Stores	916.2	839.7	9.1%	1,564.1	1,412.5	10.7%
Vivara Stores	668.9	625.8	6.9%	1,152.1	1,061.2	8.6%
Life Stores	242.0	209.0	15.8%	402.8	344.1	17.0%
Kiosks	5.3	4.9	7.7%	9.2	8.2	12.3%
Digital Sales	153.5	126.6	21.2%	251.4	210.9	19.2%
Others ¹	1.7	3.4	-50.1%	7.7	5.8	31.6%
SSS (physical stores) ²	5.9%	11.0%	na	7.5%	10.6%	na
SSS (physical stores + digital)	8.0%	11.4%	na	9.0%	10.3%	na

¹ Other includes B2B sales and after-sales technical assistance services.
² Physical store SSS considers gross revenue, net of returns, generated by stores that had been operating for at least 12 months at the beginning of the quarter, excluding stores with operating restrictions in either period. Total SSS equals the sum of physical store sales and digital channel sales.

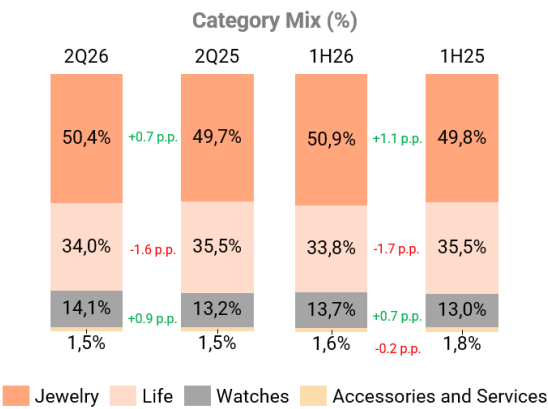
Category Overview

Gross revenue, net of returns, reached R\$1,071.5 million in 2Q26, up 10.5% compared to 2Q25, mainly driven by the performance of Jewelry and Watches categories. 2Q26 was impacted by calendar and by World Cup effects, which affected customer traffic in shopping malls where most of our stores are located. Management estimates that the combined effects impacted total sales growth in approximately 2.0 percentage points in 2Q26. Excluding these effects, gross revenue growth was 12.5%, in line with 1Q26 level.

Jewelry category represented approximately half of total quarterly sales and posted revenue growth of 11.9% YoY in 2Q26. Excluding calendar and world cup effects, the increase was 14.0%. This performance was driven by Vivara Silver and Silver/Gold subcategories, which together represented 10.3% of sales, compared to 6.8% in 2Q25, demonstrating the Company's ability to drive portfolio innovation as a profitability lever. During the quarter, average ticket rose 21.6%, while volumes declined 8.0% compared to 2Q25. As a result of the Company's markup management strategy and focus on profitability preservation, gross profit performance was in line with the level reported in 1Q26. In 1H26, Jewelry revenue jumped 14.4% compared to the same period of the previous year.

Life category revenue increased 5.6% in 2Q26 compared to 2Q25. Excluding calendar and world cup effects, the growth was 7.6%, in line with the pace of 1Q26. In 2Q26, the Company's strategy prioritized profitability preservation through lower promotional activity. As a result, average ticket rose 10.7%, offsetting a 4.6% decline in volumes versus 2Q25. The decline in volume was concentrated in the Moments subcategory. Excluding Moments, the category grew 12.9% in revenue and 0.4% in volume. Among subcategories, Commercial products stood out with 22.6% revenue growth, followed by Collections, which rose 8.4%. In the first half of 2026, Life sales rose 6.7%

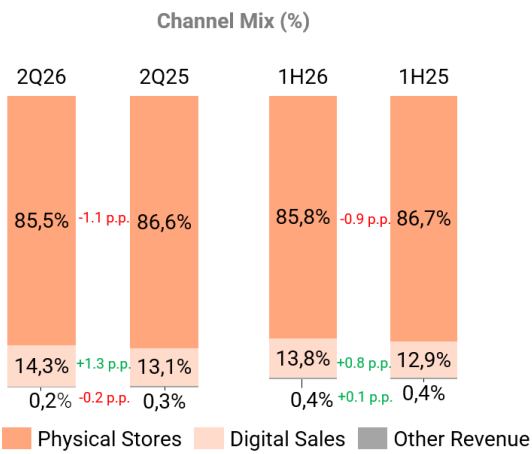
Watches category maintained a strong performance, with revenue up 18.2% in 2Q26 compared to 2Q25, supported by growth in both volume and average ticket, which increased 17.1% and 0.9%, respectively.



Channel Overview

Gross revenue was up 10.5% in 2Q26 driven by (i) 8.0% same-store sales growth, including digital sales, and (ii) the opening of 51 new stores over the last twelve months. Excluding the calendar and world cup effects previously mentioned, total SSS (physical stores + digital) were up 10.0% during the quarter, in line with 1Q26 levels. In the first half of the year, gross revenue totaled R\$1,823.2 million, up 11.9% versus 1H25.

Physical stores generated R\$916.2 million in revenue during the quarter, representing a 9.1% YoY increase.



Vivara Stores



With 271 stores in Brazil and 1 store in Panama, Vivara stores generated revenue of R\$668.9 million in 2Q26, up 6.9%, driven by 6.5% same-store-sales growth and the opening of six new stores in the last twelve months. Adjusting for the calendar and world cup effects discussed previously, channel SSS were 8.3% in 2Q26.

In 2Q26, Vivara stores located in the 191 shopping malls where both brands were present as of June 2026 recorded slightly higher revenue growth than stores located in shopping malls featuring only the Vivara brand, reinforcing that there is a positive effect when both brands are present in the same malls.

Life Stores

Revenue from Life stores rose 15.8% in 2Q26 compared to the same period of the previous year, reaching R\$242.0 million, driven by: (i) continued store expansion pace, with 45 new stores opened in the last twelve months; and (ii) 4.3% same-store-sales growth in 2Q26. Adjusting for calendar and world cup effects, channel SSS was 6.3%, in line with 1Q26 level.

Life stores accounted for 61.4% of Life category sales during the quarter, an increase of 4.6 percentage points compared to 2Q25.

The Life store network continues to expand through openings both in shopping malls already served by Vivara stores and in new shopping malls, increasing the brand's geographic reach. Mature stores represented 63% of store network, and all store cohorts posted sales-per-square-meter growth during the quarter. The dilution in consolidated productivity¹ reflects the natural impact of the expansion cycle and store maturation stage.

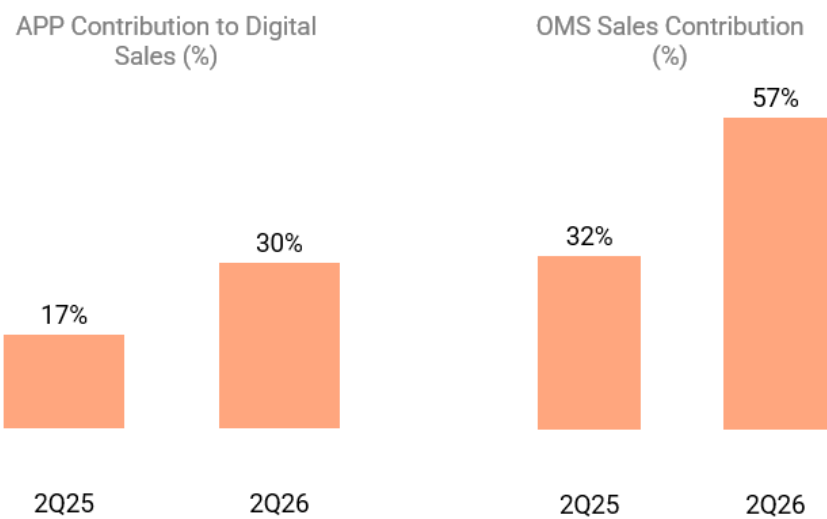


¹ The breakdown of sales per square meter is available for download in the fundamentals spreadsheet on the Investor Relations website.

Digital Sales

Digital sales continued to post strong momentum, totaling R\$153.5 million, up 21.2% compared to 2Q25, driven by:(i) the launch of new app version in 2Q25; and (ii) ongoing expansion of OMS¹ sales, which include sales initiated through digital channels and fulfilled and/or delivered by physical stores.

- Sales through the app represented approximately one-third of digital sales in 2Q26, compared to 17% in 2Q25, contributing to higher digital channel conversion.
- OMS sales reached 57% of digital sales, compared to 32% in 2Q25.



¹ OMS sales are sales made through digital channels and invoiced by stores, including both orders picked up by customers in-store and orders shipped from store.

Subsidy income totaled R\$73.4 million during the quarter, equivalent to 6.9% of gross revenue, compared to R\$67.9 million and 7.0% of gross revenue in 2Q25. Gross revenue deductions increased 14.2% compared to 2Q25 and accounted for 22.2% of gross revenue.

The quarter's performance reflects the effect from the operation of the new Espírito Santo distribution center, which generated R\$18.0 million in tax credits during the period, partially offsetting the lower production pace. Since 3Q25, the Company has been implementing an inventory optimization plan aimed at improving invested capital. Because this strategy lowers production requirements versus prior periods, subsidy income and taxes related to manufacturing operations decreased during the quarter. The impact of lower subsidy income and related taxes on gross revenue was approximately 0.5 p.p. in 2Q26 and -0.6 p.p. in 1H26, respectively.

Revenue Deductions	2Q26	2Q25	Var. (%)	1H26	1H25	Var. (%)
Gross Revenue ¹	1,071.5	969.7	10.5%	1,823.2	1,630.2	11.8%
Revenue Deductions	(238.3)	(208.7)	14.2%	(394.6)	(332.1)	18.8%
% Gross Revenue ¹	-22.2%	-21.5%	(0,7 p.p.)	-21.6%	-20.4%	(1,3 p.p.)
ICMS, ISS and PIS/COFINS (ex- copyright ²)	(295.1)	(255.5)	15.5%	(500.3)	(435.9)	14.8%
% Gross Revenue ¹	-27.5%	-26.3%	(1,2 p.p.)	-27.4%	-26.7%	(0,7 p.p.)
Subvention Revenue (ICMS)	73.4	67.9	8.2%	138.4	149.4	-7.4%
% Gross Revenue ¹	6.9%	7.0%	(0,1 p.p.)	7.6%	9.2%	(1,6 p.p.)
Taxes on Manufacturing Operations ²	(16.7)	(21.1)	-21.0%	(32.7)	(45.6)	-28.3%
% Gross Revenue ¹	-1.6%	-2.2%	0,6 p.p.	-1.8%	-2.8%	1,0 p.p.
Net Revenue	833.1	761.0	9.5%	1,428.6	1,298.1	10.1%

¹ Considers gross revenue net of returns.
² F.T.I., UEA, and PIS/COFINS taxes on royalties.



Gross Profit (R\$ million) and Gross Margin (%)	2Q26	2Q25	Var. (%)	1H26	1H25	Var. (%)
Gross Revenue ¹	1,071.5	969.7	10.5%	1,823.2	1,630.2	11.8%
Net Revenue	833.1	761.0	9.5%	1,428.6	1,298.1	10.1%
Costs	-234.7	-210.8	11.3%	-413.8	-383.2	8.0%
% Net Revenue	-28.2%	-27.7%	(0,5 p.p.)	-29.0%	-29.5%	0,6 p.p.
COGS (production inputs, raw materials and products)	-227.6	-200.9	13.3%	-403.9	-366.6	10.2%
% Net Revenue	-27.3%	-26.4%	(0,9 p.p.)	-28.3%	-28.2%	(0,0 p.p.)
Factory Expenses	-7.8	-10.6	-26.4%	-11.3	-18	-37.1%
% Net Revenue	-0.9%	-1.4%	0,5 p.p.	-0.8%	-1.4%	0,6 p.p.
Gross profit	597.7	549.5	8.8%	1013.4	913.5	10.9%
Gross margin (% Net Revenue)	71.7%	72.2%	(0,5 p.p.)	70.9%	70.4%	0,6 p.p.

Gross profit totaled R\$597.7 million in 2Q26, up 8.8% compared to 2Q25, with a gross margin of 71.7%. This was the second-highest gross margin ever recorded for a second quarter, demonstrating the Company's ability to sustain profitability throughout different commodity price cycles. In 1H26, gross margin reached 70.9%, the highest level ever recorded in the first half.

The gross margin trajectory remains anchored in (i) the continuous management of multi-metal strategies, with particular emphasis on mix innovation as a profitability lever, and (ii) the natural hedge provided by current inventory dynamics combined with the Company's metal recycling capabilities, mitigating cost pressures. The Company presents below the main year-over-year margin variations, excluding the fluctuation in subsidy revenue between the periods.

- Subsidy Revenue (Factory + Distribution Center):** Under a stable subsidy assumption, comparable gross margin reached 72.4% in 2Q26, versus 72.4% in 2Q25 and 70.2% in 1H26, versus 70.4% in 1H25. For comparability purposes, the stable subsidy¹ concept equalizes subsidy income and manufacturing taxes in Manaus between periods, eliminating possible distortions caused by fluctuations in these accounts.
- COGS:** The 1.1 p.p. negative variation in 2Q26 reflects the allocation effect of manufacturing overhead expenses recognized in 2Q25, which positively impacted that quarter's gross margin by approximately 1.6 p.p. Excluding this effect, operating performance remained solid, supported by the Company's multi-metal strategy. The gross margin performance of Vivara Jewelry deserves particular attention, driven by higher participation of higher-markup subcategories such as Vivara Silver and Silver/Gold and price repositioning initiatives implemented during the first half of 2026. The high level of gold inventory coverage, combined with the melting and recycling of defective and slow-moving products, continues to protect the average gold cost of finished goods. In 1H26, the initiatives described above positively impacted COGS by 0.2 p.p. versus the same period last year.
- Manufacturing Expenses:** Both cost lines reflect manufacturing efficiency gains resulting from lower rework rates, which enabled reductions in factory headcount and overtime expenses during both the quarter and the first half.

¹ For comparability purposes, the stable subsidy concept is presented to align the level of subsidy revenue and taxes levied on production in Manaus from the prior comparative period with the level of the current period, eliminating any positive or negative variations that these items may generate in the Company's results.

	2Q26	2Q25	Var. (%)	1H26	1H25	Var. (%)
Operating Expenses¹ (R\$ million)	(393.0)	(354.3)	10.9%	(712.1)	(619.8)	14.9%
% of Net Revenue	-47.2%	-46.6%	(0.6 p.p.)	-49.8%	-47.7%	(2.1 p.p.)

¹ Selling, General and Administrative Expenses and Other Operating Income and Expenses, excluding Depreciation and Amortization (D&A)

In 2Q26, Operating Expenses totaled R\$393 million, up 10.9% YoY and represented 47.2% of net revenue, 0.6 pp above the year ago period. Excluding the recognition of the new long-term incentive plan amounting to R\$ 1.4 million in the quarter, operating expenses increased 10.5% in 2Q26 compared to 2Q25, in line with gross revenue growth. In 1H26, operating expenses were up 14.9% YoY and accounted for 49.8% of revenues. Below we comment on the performance of selling expenses in 2Q26, where the increase registered was partially compensated for better dilution of G&A expenses and other revenues/ expenses in the quarter.

Operating Expenses (R\$ million)	2Q26	2Q25	Var. (%)	1H26	1H25	Var. (%)
Selling Expenses¹	(326.0)	(286.6)	13.8%	(581.4)	(498.7)	16.6%
% of Net Revenue	-39.1%	-37.7%	(1.5 p.p.)	-40.7%	-38.4%	(2.3 p.p.)
Personnel	(157.8)	(131.3)	20.2%	(276.1)	(234.4)	17.8%
% of Net Revenue	-18.9%	-17.3%	(1.7 p.p.)	-19.3%	-18.1%	(1.3 p.p.)
Rent and Condominium Fees	(64.7)	(57.3)	12.9%	(121.0)	(106.4)	13.7%
% of Net Revenue	-7.8%	-7.5%	(0.2 p.p.)	-8.5%	-8.2%	(0.3 p.p.)
Freight	(15.5)	(11.9)	30.2%	(28.8)	(19.1)	51.0%
% of Net Revenue	-1.9%	-1.6%	(0.3 p.p.)	-2.0%	-1.5%	(0.5 p.p.)
Card Fees	(19.1)	(17.5)	9.1%	(32.2)	(29.3)	10.1%
% of Net Revenue	-2.3%	-2.3%	0.0 p.p.	-2.3%	-2.3%	(0.0 p.p.)
Professional Services	(8.8)	(11.8)	-25.1%	(17.7)	(20.0)	-11.9%
% of Net Revenue	-1.1%	-1.5%	0.5 p.p.	-1.2%	-1.5%	0.3 p.p.
Marketing Expenses	(39.2)	(31.5)	24.5%	(66.9)	(51.4)	30.2%
% of Net Revenue	-4.7%	-4.1%	(0.6 p.p.)	-4.7%	-4.0%	(0.7 p.p.)
Other Selling Expenses	(20.8)	(25.2)	-17.4%	(38.7)	(38.0)	1.7%
% of Net Revenue	-2.5%	-3.3%	0.8 p.p.	-2.7%	-2.9%	0.2 p.p.

² Excluding Depreciation and Amortization (D&A).

In 2Q26, Selling Expenses totaled R\$326.0 million, up 13.8% compared to 2Q25, representing 39.1% of net revenue, 3.8 percentage points lower than in 1Q26 and 1.5 percentage points higher than in the same period of the previous year. In the first half of the year, this line increased 16.6%, representing 40.7% of revenue.

The 1.5 p.p. increase in 2Q26 versus 2Q25 was primarily concentrated in Personnel, Marketing, and Freight expenses, which combined accounted for 2.2 p.p. This impact was partially offset by the dilution of Other Selling Expenses, as a result of lower promotional activity and reduced distribution of gifts during seasonal and commemorative dates, generating a 0.8 p.p. efficiency gain in this line.

Store personnel expenses account for 0.9 percentage points, due to the acceleration in the pace of new store openings, with 22 openings in 1H26 versus 12 in 1H25. This creates a temporary mismatch between revenue generation, and the dilution of expenses associated with new stores. In addition, personnel expenses were impacted by 0.4 percentage points of non-recurring effects resulting from the reclassification of a R\$2.2 million provision to Other Operating Income and Expenses in 2Q25, following its conversion into a legal lawsuit, as well as severance payments of roughly R\$1.0 million in 2Q26.

Marketing expenses account for 0.6 percentage points, reflecting increased performance marketing spent during seasonal calendar events, particularly Mother's Day and Valentine's Day, in line with the growth of digital sales, as well as higher investments in events and branding. Freight expenses account for 0.3 percentage points, driven by the strategy of transferring merchandise between stores, initiated in 3Q25 to optimize inventories, and by the opening of the Espírito Santo distribution center in June 2025. Beginning in 3Q26, these transfers are expected to decline significantly, as opportunities for inventory reallocation have diminished after 12 months of the strategy implementation, and the comparison base will begin to include the new logistics phase associated with the distribution center. Excluding these effects, freight expenses rose 6.6% in 2Q26, compared to a reported increase of 30.2%.

	2Q26	2Q25	Var. (%)	1H26	1H25	Var. (%)
General and Administrative Expenses (R\$ million)	(61.8)	(61.2)	1.0%	(118.8)	(112.6)	5.5%
% of Net Revenue	-7.4%	-8.0%	0.6 p.p.	-8.3%	-8.7%	0.4 p.p.
Personnel	(26.6)	(24.9)	6.5%	(49.1)	(47.1)	4.2%
% of Net Revenue	-3.2%	-3.3%	0.1 p.p.	-3.4%	-3.6%	0.2 p.p.
Professional Services	(21.7)	(25.2)	-13.9%	(41.4)	(44.0)	-5.9%
% of Net Revenue	-2.6%	-3.3%	0.7 p.p.	-2.9%	-3.4%	0.5 p.p.
Other General and Administrative Expenses ¹	(13.5)	(11.0)	22.6%	(28.3)	(21.5)	31.6%
% of Net Revenue	-1.6%	-1.4%	(0.2 p.p.)	-2.0%	-1.7%	(0.3 p.p.)

¹ Excluding Depreciation and Amortization (D&A).

² Other General and Administrative Expenses comprise: (i) Rent and condominium fees; (ii) Electricity, water and telephone expenses; (iii) Taxes and fees; and (iv) Other expenses by nature.

General and Administrative Expenses totaled R\$61.8 million in the quarter, up 1.0% versus 2Q25, representing 7.4% of net revenue for the period, 0.6 percentage points lower than in the same period of the previous year. In the first half of the year, the line increased 5.5%, equivalent to 8.3% of revenue for the period, reduction of 0.4 p.p. compared to 1H25.

- i. **Personnel:** the line grew below the pace of revenue growth, even with the recognition of the new long-term incentive plans beginning in June, amounting to R\$1.4 million, which were offset by lower incentives in the quarter. Quarterly expenses related to the long-term incentive plan are expected to reach R\$4.2 million starting in 3Q26, reflecting the recognition of three months of expenses, compared to only one month in 2Q26.
- ii. **Professional services:** the reduction in this line was driven by efficiency gains in technology contracts aiming to support the digital infrastructure.
- iii. **Other expenses:** the increase was primarily attributable to higher investments in store supplies and uniforms.

	2Q26	2Q25	Var. (%)	1H26	1H25	Var. (%)
Other Operating Income (Expenses) (R\$ million)	(5.2)	(6.5)	-21.1%	(11.9)	(8.5)	39.6%
% of Net Revenue	-0.6%	-0.9%	0.2 p.p.	-0.8%	-0.7%	(0.2 p.p.)

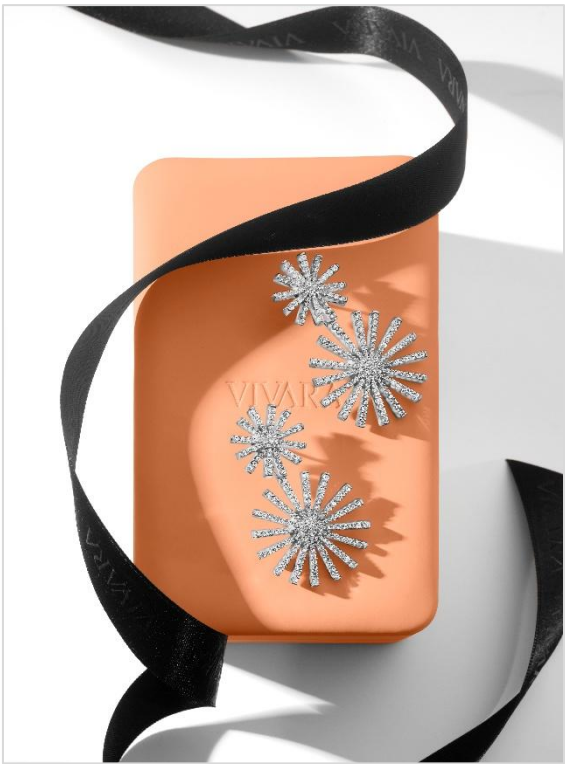
Other Operating Income (Expenses) recorded an expense of R\$5.2 million in 2Q26, compared with an expense of R\$6.5 million in 2Q25. The change is primarily explained by two factors: (i) the write-off of three lease contracts, including the relocation of two stores and the closure of a small logistics warehouse; and (ii) the reclassification, in 2Q25, of a R\$2.2 million expense provision that had previously been recorded under store personnel expenses and was subsequently transferred to Other Operating Income (Expenses) following its conversion into a legal proceeding.

For the first half of the year, the change is mainly explained by the increase in labor contingencies and settlement agreements during the period, reflecting a revision in the provisioning methodology and updated forecasts, totaling R\$3.1 million.

EBITDA Reconciliation (R\$ million)	2Q26	2Q25	Var. (%)	1H26	1H25	Var. (%)
Net Income	157.5	157.6	-0.1%	245.7	280.0	-12.2%
Net margin (%)	18.9%	20.7%	(1.8 p.p.)	17.2%	21.6%	(4.4 p.p.)
(+) Income and Social Contribution Taxes	13.7	5.9	133.5%	(9.4)	(36.1)	-74.0%
(+) Financial Result	15.5	15.9	-2.3%	30.5	18.0	69.5%
(+) Depreciation and Amortization	18.6	16.4	13.8%	35.2	32.6	8.0%
Total EBITDA	205.4	195.7	4.9%	302.1	294.5	2.6%
EBITDA Margin (%)	24.7%	25.7%	(1.1 p.p.)	21.1%	22.7%	(1.5 p.p.)

In 2Q26, EBITDA totaled R\$205.4 million, with an EBITDA margin of 24.7%. For 1H26, EBITDA reached R\$302.1 million, with a margin of 21.1%.

As discussed in the Gross Profit section, the EBITDA comparison between periods was affected by lower subsidy revenue and taxes levied on production in Manaus, in line with the Company's working capital optimization strategy. On a comparable basis, excluding the effects of subsidies and one-off or non-recurring¹ items discussed in the previous sections, EBITDA increased 7.5% in 2Q26 and 9.1% in 1H26 with margins of 24,8% in the quarter compared to 25,1% in 2Q25, and 21,5% in the 1H26 versus 1H25.



¹ Comparable basis 2Q25: (i) subsidy income of BRL 4.6 million and (ii) GGF allocation of BRL (7.9) million. Comparable basis 2Q26: (iii) LTIP expenses of BRL (1.4) million. Comparable basis 1H25: (i) subsidy income of BRL (9.3) million and (ii) GGF allocation of BRL (4.3) million. Comparable basis 1H26: (iii) LTIP expenses of BRL (1.4) million and (iv) labor contingencies of BRL (3.1) million.

Net Income (R\$ million)	2Q26	2Q25	Var. (%)	1H26	1H25	Var. (%)
EBITDA Total	205.4	195.7	4.9%	302.1	294.5	2.6%
(+)Income Tax and Social Contribution (IR/CSLL)	(13.7)	(5.9)	133.5%	9.4	36.1	-74.0%
(+) Financial Result	(15.5)	(15.9)	-2.3%	(30.5)	(18.0)	69.5%
(+)Depreciation and Amortization	(18.6)	(16.4)	13.8%	(35.2)	(32.6)	8.0%
Net Income	156.7	155.3	0.9%	242.6	275.3	-11.9%
<i>Net Margin (%)</i>	<i>18.8%</i>	<i>20.4%</i>	<i>(1.6 p.p.)</i>	<i>17.0%</i>	<i>21.2%</i>	<i>(4.2 p.p.)</i>

In 2Q26 net income was R\$156.7 million, for a net margin of 18.8%. In 1H26, net income was R\$242.6 million. On a comparable basis¹, net income increased by 25.8% in 2Q26 compared to 2Q25 and 25.4% in 1H26 compared to 1H25. The income tax and social contribution (IR/CSLL) line was impacted by the lower production volume at the Company's manufacturing facility during the period, resulting in reduced intercompany sales between the manufacturing and retail operations, in line with the inventory optimization strategy. This led to a lower amount of deferred income tax recognized on these transactions.

2Q26 | DEBT

Net Debt ² (R\$ million)	2Q26	1Q26	4Q25	2Q25
Net Debt	557.5	555.0	558.6	513.7
Loans and Financing (Short Term) ³	256.4	255.8	255.7	159.5
Loans and Financing (Long Term) ³	298.5	298.4	298.3	341.8
Forfait (Convened Suppliers)	2.6	0.8	4.6	12.4
Cash and cash equivalents and Securities	416.7	308.5	398.6	186.1
Net Cash (including Forfait)	140.9	246.6	160.0	327.6
LTM Adjusted EBITDA (Last Twelve Months)	762.7	761.9	766.3	733.7
Net Debt / Adjusted EBITDA	0.18x	0.32x	0.21x	0.45x

At the end of 2Q26, net debt totaled R\$140.9 million, a reduction of R\$105.7 million compared to 1Q26 and R\$186.7 million compared to 2Q25. The Net Debt/EBITDA ratio continued its improving trajectory, reaching 0.2x in 2Q26, compared to 0.3x in 1Q26 and 0.4x in 2Q25. Consistent operating cash generation, combined with the Company's low indebtedness, reinforces a solid financial position and allows for low leverage levels, in line with the historical profile.

¹ Comparable basis 2Q25: (i) subsidy income of BRL 3.0 million, (ii) GGF allocation of BRL (5.2) million, and (iii) deferred income tax normalization of BRL (27.8) million. Comparable basis 2Q26: (iv) LTIP expenses of BRL (0.9) million (all applicable items already adjusted for a 34% income tax rate). Comparable basis 1H25: (i) subsidy income of BRL (6.1) million, (ii) GGF allocation of BRL (2.8) million, and (iii) deferred income tax normalization of BRL (70.5) million. Comparable basis 1H26: (iv) LTIP expenses of BRL (0.9) million. And (v) labor contingencies of BRL (2.1) million (all applicable items already adjusted for a 34% income tax rate).

² The debt presented is based on the pre-IFRS 16 metric and does not include lease liabilities related to right-of-use assets.

³ The Loans and Financing balance include the balance of the swap contract associated with loan 4131 – Derivative Instruments.

Cash Flow Generation (R\$ million)	2Q26	2Q25	Var. (R\$ M)	1H26	1H25	Var. (R\$ M)
Net Income	156.7	155.3	1.5	232.5	266.1	(33.7)
(-) Non-cash Effects on Net Income ¹	84.3	81.8	2.4	152.8	111.7	41.1
(-) Income Tax Paid	(31.4)	(23.8)	(7.6)	(60.8)	(45.7)	(15.1)
(-) Right-of-Use Lease Payments ²	(33.3)	(31.3)	(2.0)	(75.9)	(70.7)	(5.2)
(+/-) Working Capital	(29.0)	3.0	(32.1)	(151.4)	(243.8)	92.4
Accounts Receivable	(116.4)	(34.3)	(82.2)	(25.6)	16.9	(195.5)
Inventories	13.6	9.5	4.1	(56.8)	(162.0)	105.2
Suppliers	9.0	9.4	(0.3)	(58.7)	(202.0)	143.2
Recoverable Taxes	5.5	(6.2)	11.7	10.9	18.9	(7.9)
Tax Liabilities	27.5	52.2	(24.7)	(11.1)	(18.7)	7.6
Other Assets and Liabilities	31.8	(27.5)	59.3	(10.0)	(49.9)	39.9
Cash from Management Operating Activities ³	147.3	185.0	(37.8)	97.2	17.7	79.6
Capex	(23.8)	(16.7)	(7.2)	(42.4)	(36.3)	(6.1)
Free Cash Flow Generation (Consumption)	123.4	168.4	(44.9)	54.8	(18.7)	73.5

^{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; lease expenses related to right-of-use assets; current and deferred income tax and social contribution; inventory loss provisions; provisions for civil, labor and tax contingencies; write-offs of property, plant and equipment and intangible assets; tax credits; monetary adjustments and investment income; expected credit losses; foreign exchange variation on suppliers; expenses related to receivables anticipation; long-term incentive plans; and lease contract terminations.

^{2.} Includes interest and amortization balances related to right-of-use lease liabilities.

^{3.} Includes interest and amortization related to right-of-use lease contracts and excludes interest paid on loans and financing.

In 2Q26, cash generated from operating activities totaled R\$147.3 million, equivalent to 71.7% of quarterly EBITDA. Considering the R\$163.8 million in receivables from January 2026 that were advanced in December 2025, operating cash generation reached R\$261.0 million in 1H26, representing an 86.4% cash conversion rate. In 2Q25, operating cash generation totaled R\$185.0 million, driven by the R\$90.4 million advance of credit card receivables. Excluding these receivables advance transaction, operating cash generation in the comparable period amounted to R\$94.6 million, equivalent to an EBITDA conversion rate of 48.3%. The main working capital drivers are highlighted below:

- i. **Accounts Receivables:** as mentioned above, excluding the R\$90.4 million advance of credit card receivables in 2Q25, the line consumed R\$8.2 million less cash than in 2Q25.
- ii. **Other assets and liabilities:** generated R\$31.8 million in 2Q26, compared to a cash consumption of R\$27.5 million in 2Q25, reflecting the reduction in supplier prepayments in 2026 due to lower purchasing volumes, in line with the Company's inventory reduction strategy.
- iii. **Inventory:** generated R\$13.6 million during the period, reflecting the ongoing inventory optimization strategy.

2Q26 | CAPEX

Investments (R\$ million)	2Q26	2Q25	Var. (%)	1H26	1H25	Var. (%)
Total Capex	23.8	17.0	40.3%	42.4	36.1	17.4%
New Stores	14.4	5.8	148.1%	24.0	10.5	128.6%
Reforms and Maintenance	6.7	2.8	141.7%	12.5	5.1	147.0%
Factory	2.6	3.9	-34.4%	5.4	11.5	-52.8%
Systems/TI	0.2	1.6	-85.2%	0.5	5.8	-91.1%
Other	0.0	2.9	N/A	0.0	3.3	-98.9%
CAPEX/Net Revenue (%)	2.9%	2.2%	0.6 p.p.	3.0%	2.8%	0.2 p.p.

In 2Q26, CAPEX totaled R\$23.8 million, representing an increase of 40.3% compared to 2Q25, driven by a higher number of store openings and remodelings during the period, partially offset by a lower level of investment in technology.

In 1H26, the R\$13.5 million increase in investments in new stores was primarily attributable to the higher number of openings, with 22 stores opening in 1H26 compared to 12 in 1H25. This included four Vivara store openings, compared to none in 1H25, as investments in Vivara stores tend to be higher than those required for Life stores.

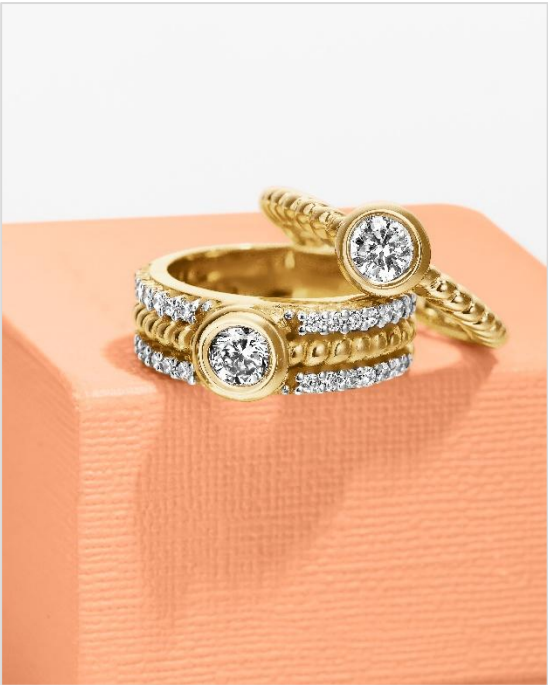
The Company continues to execute its growth plan through new store openings and sustained same-store sales (SSS) performance, while simultaneously pursuing greater efficiency in its raw material and finished goods inventories. The 2Q26 results once again showed a significant reduction in inventory days, ending the quarter at 582 days of inventory, a decrease of 88 days compared to 2Q25 (greater than the reductions of 77 days in 1Q26 and 48 days in 4Q25).

In the comparison between 2Q26 and 2Q25, there was an increase in the raw materials line, mainly reflecting the rise in the average cost and volumes of silver at the plant. The average cost of silver continues to be updated as purchases are made regularly to supply production. Gold inventory also increased year over year due to the higher average cost, partially offset by lower volumes.

Analyzing the dynamics of finished goods inventory, the average cost of gold products at the end of the quarter increased 9.5% year over year, a variation that was lower than the increase in the commodity price over the same period

Inventory (R\$ million)	2Q26	1Q26	4Q25	2Q25	Var. (%) QoQ	Var. (%) YoY
Finished goods	1.087,6	1.040,8	979,4	1.098,6	4,5%	-1,0%
Raw materials	397,7	457,0	443,0	337,7	-13,0%	17,8%
Packaging	52,7	52,5	56,5	60,4	0,3%	-12,7%
Inventories	1.538,0	1.550,3	1.478,9	1.496,6	-0,8%	-1,2%
COGS LTM	-952,1	-928,2	-921,5	-804,1	2,6%	18,4%
Inventory Days¹	582	601	578	670	-20	-88

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



The Company ended the quarter with 520 points of sale in operation, compared to 469 points of sale at the end of 2Q25, comprising 272 Vivara stores (271 in Brazil and 1 in Panama), 237 Life stores, and 11 kiosks, versus 266 Vivara stores, 192 Life stores, and 11 kiosks in 2Q25. Total selling area reached 43,273 square meters, compared to 39,382 square meters in the same period of the previous year.

During 2Q26, the Company opened 17 new stores, consisting of 4 Vivara stores and 13 Life stores, compared to 8 openings in 2Q25, all of which were Life stores, adding 1,311.0 square meters of selling area, versus 740.9 square meters added in the same period of 2025. Since the beginning of 2026, the Company has opened 22 stores, comprising 4 Vivara stores and 18 Life stores, compared to 12 openings in the same period of 2025, all of which were Life stores. Currently, the Company is present with both brands in 191 shopping malls.

Store Count Evolution

	2Q25	3Q25	4Q25	1Q26	2Q26	Var. YoY	Var. QoQ
Nº of stores	469	474	498	503	520	51	17
Vivara	266	266	268	268	272	6	4
Life	192	197	219	224	237	45	13
Kiosks	11	11	11	11	11	-	-
Selling Area (m²)	39,382	39,787	41,571	41,962	43,273	3,890	1,311
Vivara	24,767	24,767	24,937	24,937	25,308	541	371
Life	14,548	14,952	16,560	16,951	17,891	3,343	940
Kiosks	68	68	74	74	74	6	-

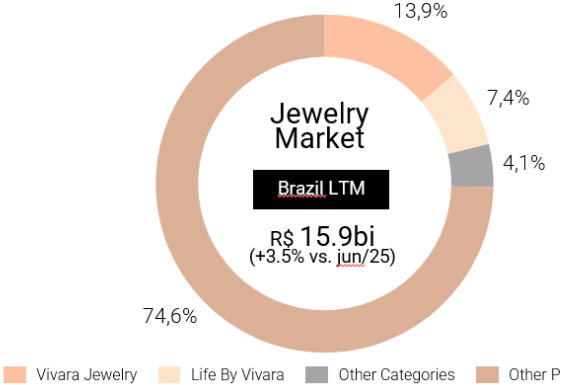
Store Distribution by Geography | 2Q26

Type	North	Midwest	South	Southwest	North	Panamá	Total
Vivara Store	14	27	46	142	42	1	272
Life Store	14	23	34	128	38	0	237
Kiosks	1	0	1	8	1	0	11
TOTAL	29	50	81	278	81	1	520

Shopping Mall Stores¹ Penetration | 2Q26

Nº of Shopping Malls	316	100%
Only Vivara Stores	80	25%
Only Life Stores	45	14%
Both Brands Present (Vivara and Life)	191	60%

Market Share²: The Company ended 2Q26 with a 25.4% share of the Brazilian jewelry market¹, an increase of 2.7 percentage points compared to 2Q25, comprising 13.9% from the Vivara brand, 7.4% from Life, and 4.1% from other categories (Watches and Accessories). This market share gain reflects the success of product launches, supported by efficient assortment management and a solid, gradual expansion strategy. The Company remains confident in its ability to maintain and further strengthen its leadership position in the Brazilian jewelry market.



¹ Excludes the 11 kiosks and one street store (Vivara Oscar Freire) from the calculation, which together result in 520 points of sale as of June 2026 (272 Vivara stores, 237 Life stores, and 11 kiosks).
² 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

2Q26 | INCOME STATEMENT RECONCILIATION

VIVARA

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

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

Financial Statements (R\$ million)						
	2Q26			2Q25		
	Post IFRS 16	Adjustments	Pre IFRS 16	Post IFRS 16	Adjustments	Pre IFRS 16
Gross Revenue (net of returns)	1,071.5		1,071.5	969.7		969.7
(-) Revenue Deductions (excluding Subsidy Revenue)	(311.8)		(311.8)	(276.5)		(276.5)
(+) Subsidy Revenue	73.4		73.4	67.9		67.9
(=) Net Operating Revenue	833.1		833.1	761.0		761.0
(-) Costs	(234.7)	(0.7)	(235.4)	(210.8)	(0.7)	(211.5)
(=) Gross Profit	598.5		597.7	550.2		549.5
Gross Margin (%)	71.8%		71.7%	72.3%		72.2%
(=) Operating Expenses¹	(359.8)		(393.0)	(323.7)		(354.3)
% of Net Revenue.	-43.2%		-47.2%	-42.5%		-46.6%
(-) Selling Expenses	(294.0)	(32.1)	(326.0)	(257.0)	(29.6)	(286.6)
(-) G&A Expenses	(60.7)	(1.1)	(61.8)	(60.1)	(1.0)	(61.2)
(+/-) Other Operating Revenues (Expenses)	(5.2)		(5.2)	(6.5)		(6.5)
(+) Depreciation (costs)	0.6		0.6	0.5		0.5
(=) EBITDA	239.3		205.4	227.1		195.7
EBITDA Margin (%)	28.7%		24.7%	29.8%		25.7%
(-) Depreciation and Amortization	(39.4)	20.0	(19.4)	(38.5)	19.8	(18.7)
(-) Financial Result	(36.7)	21.2	(15.5)	(33.4)	17.6	(15.9)
(+/-) Corporate Income Tax (IRPJ) and Social Contribution (CSLL)	(11.5)	(2.2)	(13.7)	(4.1)	(1.8)	(5.9)
(=) Lucro Líquido	151.7		156.7	151.1		155.3
Net Margin (%)	18.2%		18.8%	19.9%		20.4%

	1H26			1H25		
	Post IFRS 16	Adjustments	Pre IFRS 16	Post IFRS 16	Adjustments	Pre IFRS 16
Gross Revenue (net of returns)	1,823.2		1,823.2	1,630.2		1,630.2
(-) Revenue Deductions (excluding Subsidy Revenue)	(533.0)		(533.0)	(481.5)		(481.5)
(+) Subsidy Revenue	138.4		138.4	149.4		149.4
(=) Net Operating Revenue	1,428.6		1,428.6	1,298.1		1,298.1
(-) Costs	(413.8)	(1.4)	(415.3)	(383.2)	(1.4)	(384.6)
(=) Gross Profit	1,014.8		1,013.4	914.9		913.5
Gross Margin (%)	71.0%		70.9%	70.5%		70.4%
(=) Operating Expenses¹	(647.2)		(712.1)	(559.8)		(619.8)
% of Net Revenue.	-45.3%		-49.8%	-43.1%		-47.7%
(-) Selling Expenses	(518.7)	(62.7)	(581.4)	(440.7)	(57.9)	(498.7)
(-) G&A Expenses	(116.6)	(2.2)	(118.8)	(110.5)	(2.1)	(112.6)
(+/-) Other Operating Revenues (Expenses)	(11.9)		(11.9)	(8.5)		(8.5)
(+) Depreciation (costs)	0.8		0.8	0.8		0.8
(=) EBITDA	368.4		302.1	355.9		294.5
EBITDA Margin (%)	25.8%		21.1%	27.4%		22.7%
(-) Depreciation and Amortization	(78.1)	39.8	(38.3)	(76.9)	39.6	(37.3)
(-) Financial Result	(72.5)	42.0	(30.5)	(53.2)	35.2	(18.0)
(+/-) Corporate Income Tax (IRPJ) and Social Contribution (CSLL)	14.8	(5.4)	9.4	40.3	(4.3)	36.1
(=) Lucro Líquido	232.5		242.6	266.1		275.3
Net Margin (%)	16.3%		17.0%	20.5%		21.2%

2Q26 | INCOME STATEMENT

VIVARA

Income Statement (R\$ million) Post IFRS 16	2Q26	2Q25	Var. (%)	1H26	1H25	Var. (%)
Sales Gross Revenue	1,072.3	967.8	10.8%	1,827.0	1,796.4	1.7%
Service Gross Revenue	2.0	2.1	-5.1%	4.0	4.5	-10.9%
Gross Revenue Deductions	(2.8)	(0.2)	1524.3%	(7.8)	(170.7)	-95.4%
Gross Revenue (net of return)	1,071.5	969.7	10.5%	1,823.2	1,630.2	11.8%
Returns	(238.3)	(208.7)	14.2%	(394.6)	(332.1)	18.8%
Net Revenue	833.1	761.0	9.5%	1,428.6	1,298.1	10.1%
(-) Cost of Sold Goods	(234.1)	(210.3)	11.3%	(413.1)	(382.4)	8.0%
(-) Depreciation and Amortization	(0.6)	(0.5)	13.9%	(0.8)	(0.8)	-7.3%
(=) Gross Profit	598.5	550.2	8.8%	1,014.8	914.9	10.9%
(-) Operating Expenses	(398.6)	(361.6)	10.2%	(724.6)	(635.8)	14.0%
Sales	(294.0)	(257.0)	14.4%	(518.7)	(440.7)	17.7%
Personal	(157.8)	(131.3)	20.2%	(276.1)	(234.4)	17.8%
Rentals and common area maintenance fees	(32.6)	(27.7)	17.8%	(58.3)	(48.5)	20.2%
Lease discounts	(15.5)	(11.9)	30.2%	(28.8)	(19.1)	51.0%
Freight	(19.1)	(17.5)	9.1%	(32.2)	(29.3)	10.1%
Commission on credit cards	(8.8)	(11.8)	-25.1%	(17.7)	(20.0)	-11.9%
Outsourced services	(39.2)	(31.5)	24.5%	(66.9)	(51.4)	30.2%
Marketing/selling expenses	(20.8)	(25.2)	-17.4%	(38.7)	(38.0)	1.7%
Other selling expenses	(60.7)	(60.1)	1.0%	(116.6)	(110.5)	5.5%
General and Administratives	(26.6)	(24.9)	6.5%	(49.1)	(47.1)	4.2%
Personal	(0.5)	(0.4)	8.6%	(0.9)	(0.7)	27.8%
Rentals and common area maintenance fees	(21.7)	(25.2)	-13.9%	(41.4)	(44.0)	-5.9%
Outsourced services	(11.9)	(9.5)	25.4%	(25.2)	(18.7)	34.8%
Other General and Administrative expenses	(38.8)	(37.9)	2.2%	(77.4)	(76.0)	1.7%
Depreciation and Amortization	(5.2)	(6.5)	-21.1%	(11.9)	(8.5)	39.6%
Share of profit (loss) of subsidiaries	199.9	18.6	6.0%	29.2	279.0	4.0%
Other Operating Expenses (Revenues)	(36.7)	(33.4)	9.8%	(72.5)	(53.2)	36.3%
(=) Profit (Losses) Before Financial Results	16.8	12.3	37.5%	31.1	26.1	19.1%
(=) Financial Result	(53.5)	(45.7)	17.2%	(103.6)	(79.3)	30.6%
Financial Income (Expenses), net	163.2	155.2	5.1%	217.7	225.8	-3.6%
Finance costs, net	(11.5)	(4.1)	179.2%	14.8	40.3	-63.4%
(=) Operating Income	151.7	151.1	0.4%	232.5	266.1	-12.6%

Balance Sheet (R\$ million)	1H26	2025	Δ%
CURRENT ASSETS			
Cash and cash equivalents	416.7	398.6	4.5%
Trade receivables	1,015.5	989.6	2.6%
Receivables from Related Parties	(0.0)	0.0	na
Inventories	1,538.0	1,478.9	4.0%
Recoverable taxes	143.6	168.5	-14.7%
Prepaid expenses and other receivables	37.0	29.0	27.9%
Total current assets	3,150.8	3,064.6	2.8%
NONCURRENT ASSETS			
Escrow deposits	29.5	28.2	4.3%
Deferred income tax and social contribution	625.9	568.6	10.1%
Prepaid expenses and other credits	3.6	5.2	-30.8%
Recoverable taxes	52.7	40.8	29.1%
Property, plant and equipment	966.3	955.3	1.1%
Intangible assets	51.6	59.9	-14.0%
Total noncurrent assets	1,729.5	1,658.1	4.3%
TOTAL ASSETS	4,880.3	4,722.7	3.3%
CURRENT LIABILITIES			
Suppliers	130.6	189.5	-31.1%
Suppliers Agreement	2.6	4.6	-42.9%
Borrowings and financing	219.8	233.0	-5.6%
Payroll and related taxes	136.9	143.6	-4.7%
Taxes payable	91.3	123.9	-26.3%
Leases payable	15.2	14.5	5.2%
Derivatives	36.6	22.7	60.9%
Leasing liabilities	83.7	83.2	0.6%
Dividends payable	0.0	0.0	0.0%
Other payables	35.3	29.0	21.9%
Total current liabilities	752.2	843.9	-10.9%
NONCURRENT LIABILITIES			
Borrowings and financing	298.5	298.3	0.1%
Provision for civil, labor and tax risks	30.6	26.9	13.5%
Leasing liabilities	608.5	599.5	1.5%
Other payables	6.3	4.4	42.9%
Total noncurrent liabilities	943.9	929.2	1.6%
EQUITY			
Capital	2,572.0	2,572.0	0.0%
Retained earnings (accumulated losses)	(52.6)	(53.0)	-0.8%
Treasury Stocks	(25.1)	(26.8)	-6.2%
Options Granted	2.3	2.0	17.9%
Legal reserve	455.5	(164.0)	-377.7%
Earnings reserves	232.5	619.5	-62.5%
Others Results	(0.3)	(0.1)	237.9%
Total equity	3,184.3	2,949.6	8.0%
TOTAL LIABILITIES AND EQUITY	4,880.3	4,722.7	3.3%

Cash Flow (R\$ million)	2Q26	2Q25	Var. (%)	1H26	1H25	Var. (%)
Net Income	151.7	151.1	0.4%	232.5	266.1	-12.7%
Adjust of Net Income	89.3	86.0	3.9%	152.8	111.7	36.8%
Adjusted profit for the year	241.0	237.1	1.6%	385.3	377.8	2.0%
Increase (decrease) in operating assets and liabilities:						
Trade receivables	(116.4)	(34.3)	-239.7%	(25.6)	169.9	-115.1%
Related Parties	(0.0)	-	n.a.	0.0	0.0	n.a.
Inventories	13.6	9.5	43.3%	(56.8)	(162.0)	64.9%
Trade payables	9.0	9.4	-3.5%	(58.7)	(202.0)	70.9%
Recoverable taxes	5.5	(6.2)	188.5%	10.9	18.9	-42.0%
Taxes payable	27.5	52.2	-47.3%	(11.1)	(18.7)	40.4%
Other assets and liabilities	31.8	(27.5)	215.7%	(10.0)	(49.9)	79.9%
Cash provided by operating activities	212.0	240.1	-11.7%	233.9	134.0	74.5%
			-			-
Income tax and social contribution paid	(31.4)	(23.8)	-32.1%	(60.8)	(45.7)	-33.0%
Paid interest on borrowing and financing	(17.1)	(15.9)	-7.7%	(38.7)	(22.2)	74.6%
Interest paid on leasing liabilities	(31.4)	(7.8)	-302.3%	(42.0)	(17.5)	-140.6%
Net cash provided by operating activities	132.1	192.7	-31.4%	92.4	48.7	89.8%
Treasury stocks	(2.2)	-	n.a.	(2.2)	(7.0)	68.5%
Property, plant and equipment	(23.5)	(14.9)	-57.6%	(41.5)	(29.6)	-40.5%
Intangible assets	(0.3)	(1.8)	81.5%	(0.9)	(6.8)	86.9%
Others	4.1	27.8	-85.4%	4.1	5.5	-25.9%
Cash Flow from Investments	(22.0)	11.2	-296.9%	(40.5)	(37.8)	-7.2%
Interest on capital / Dividends paid	-	(155.2)	100.0%	-	(155.2)	100.0%
Borrowings and financings	-	11.0	n.a.	-	98.5	n.a.
Right-of-use leases	(1.9)	(23.5)	91.8%	(33.9)	(53.2)	36.3%
Others	-	(0.0)	100.0%	-	-	-
Cash flow from financing activities	(1.9)	(167.7)	98.8%	(33.9)	(109.9)	69.2%
Increase (decrease) in cash and cash equiv.	108.2	36.1	199.3%	18.0	(99.0)	118.2%

- 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



VIVARA

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