



VIVARA

Apresentação Institucional
2023

VISÃO
geral

VISÃO

ser a marca
mais desejada
da América Latina
para celebrar
momentos especiais

MISSÃO

existimos para **fascinar**
os nossos clientes,
oferecendo a melhor
experiência na escolha
do **presente perfeito**

• tese •
de investimento

VIVARA AT A GLANCE

LÍDER
ABSOLUTA
NO MERCADO DE JOIAS
BRASILEIRO

19,6%
MARKET SHARE⁽¹⁾

RESULTADOS SÓLIDOS EM UM MODELO DE NEGÓCIO DE SUCESSO

R\$ 2,8Bi
Receita Bruta em 2023

RECEITA BRUTA POR PRODUTO

Jóias	48,9%
Life	36,3%
Relógios	12,1%
Acessórios	2,4%
Serviços	0,3%

R\$479,6M
EBITDA AJUSTADO EM 2023
(21,9% MARGEM EBITDA)

R\$369,2M
LUCRO LÍQUIDO EM 2023
(16,9% MARGEM LÍQUIDA)

390
PONTOS DE VENDA⁽¹⁾

32,406 m²
ÁREA DE VENDA⁽¹⁾

⁽¹⁾ Posição em 31 de Dezembro de 2023

Rentabilidade

Altas taxas de retorno
e margens
operacionais

Resiliência

Setor milenar
com histórico
de resiliência

Mercado

Potencial de
consolidação, em um
mercado amplamente
fragmentado

Track record

Marca com
histórico de 60 anos
de execução

Posicionamento

Amplo espectro de
clientes, com portfólio de
produtos atendendo
todas as fases da vida de
uma pessoa

Competição

Ambiente competitivo
fragilizado, com
poucos players
estruturados



1962

1992



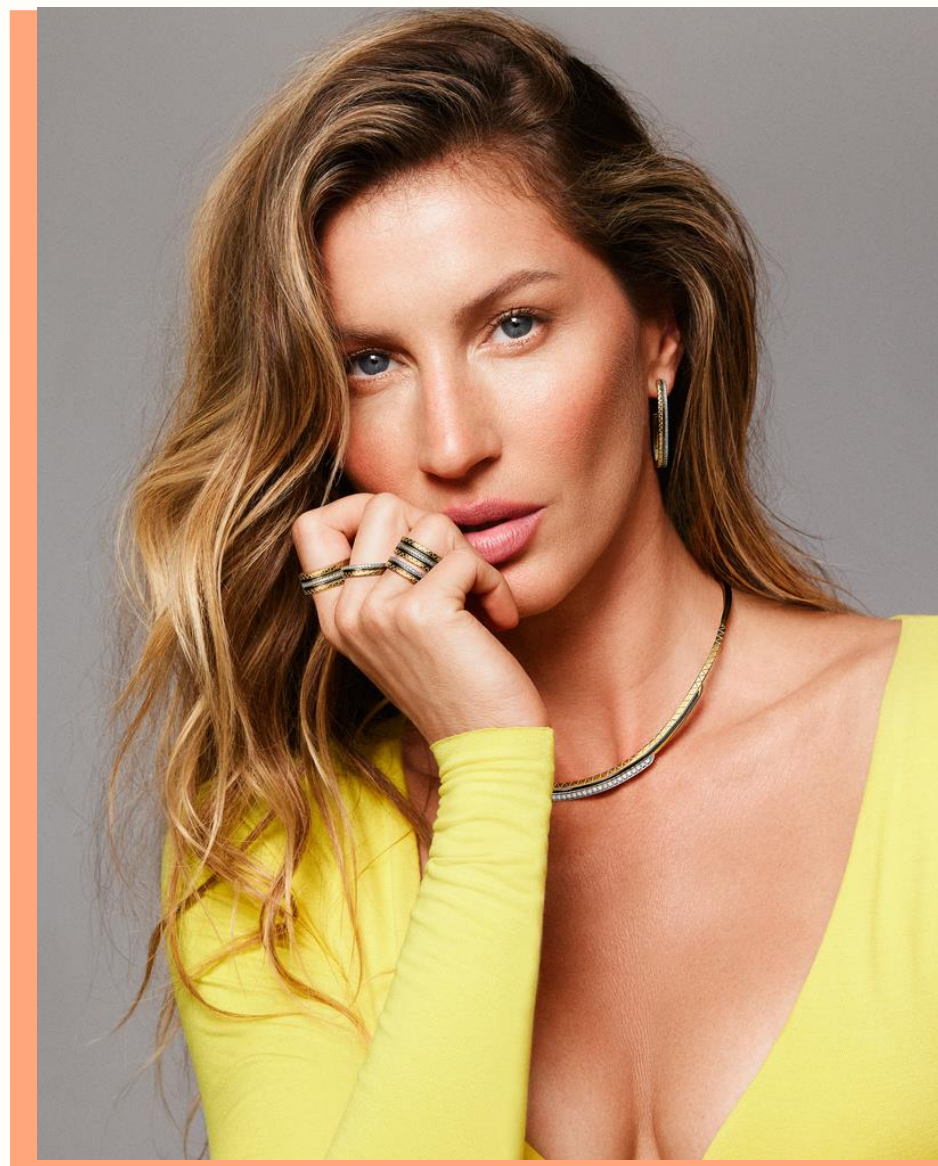
momento de
conhecimento
E CONSOLIDAÇÃO

Pioneirismo no segmento de joalheria



1993

2012



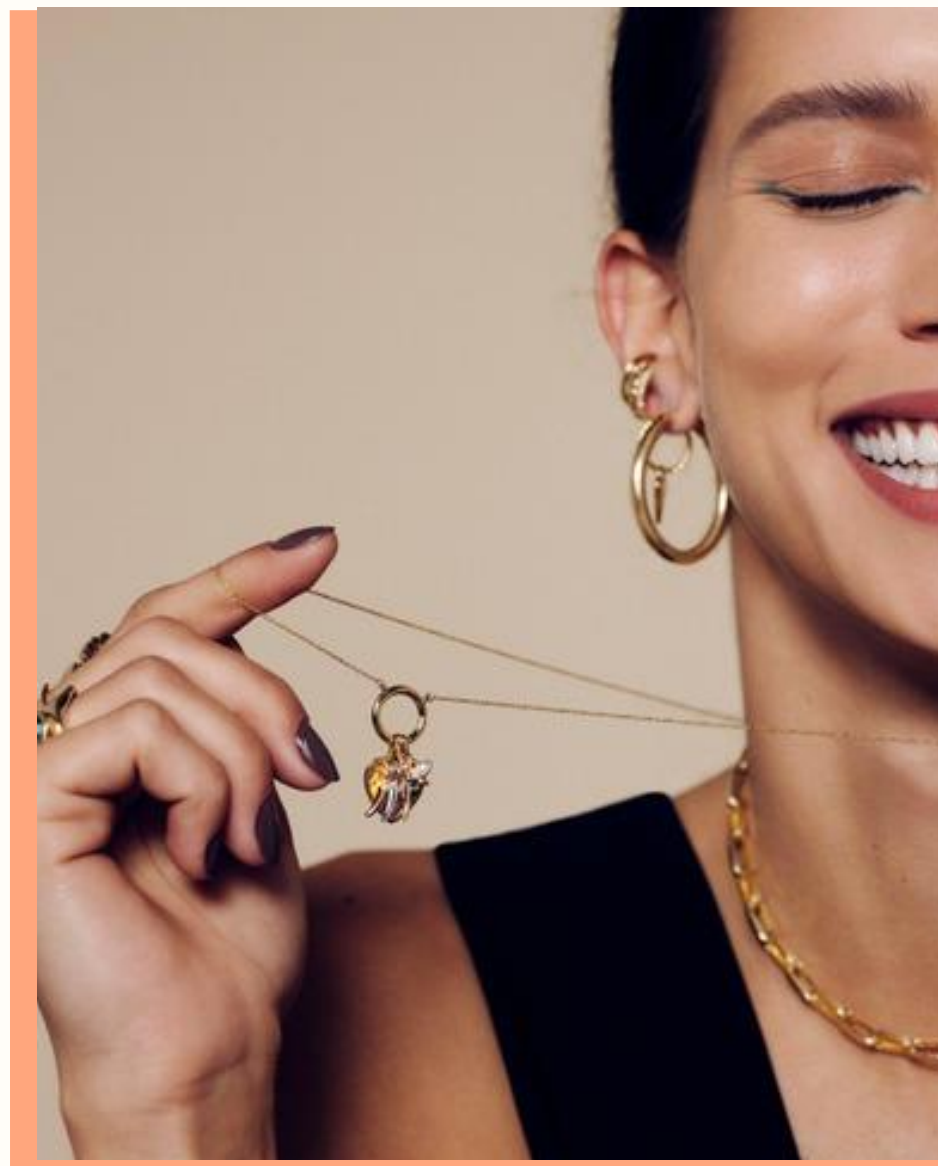
EXPANSÃO

gera novo
PARADIGMA

no mercado



2016
2023

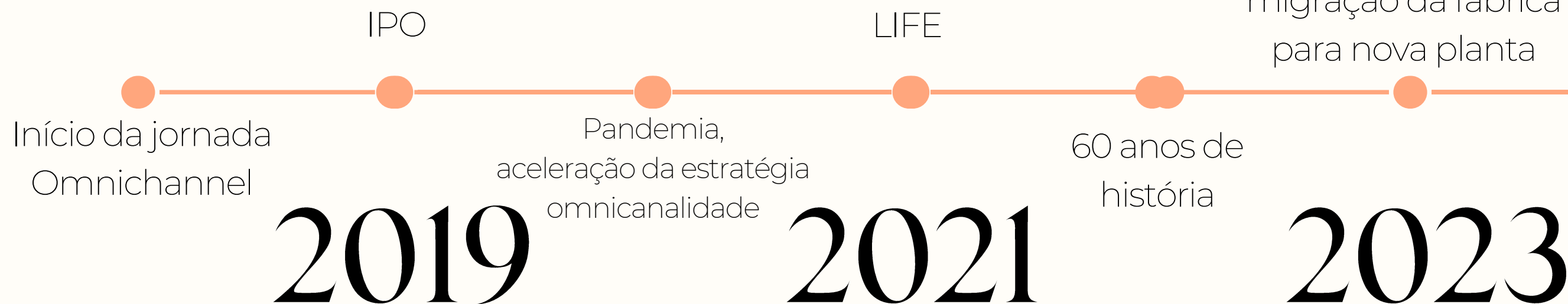


BUSCA POR
inovação
E FOCO EM
crescimento

2016

2020

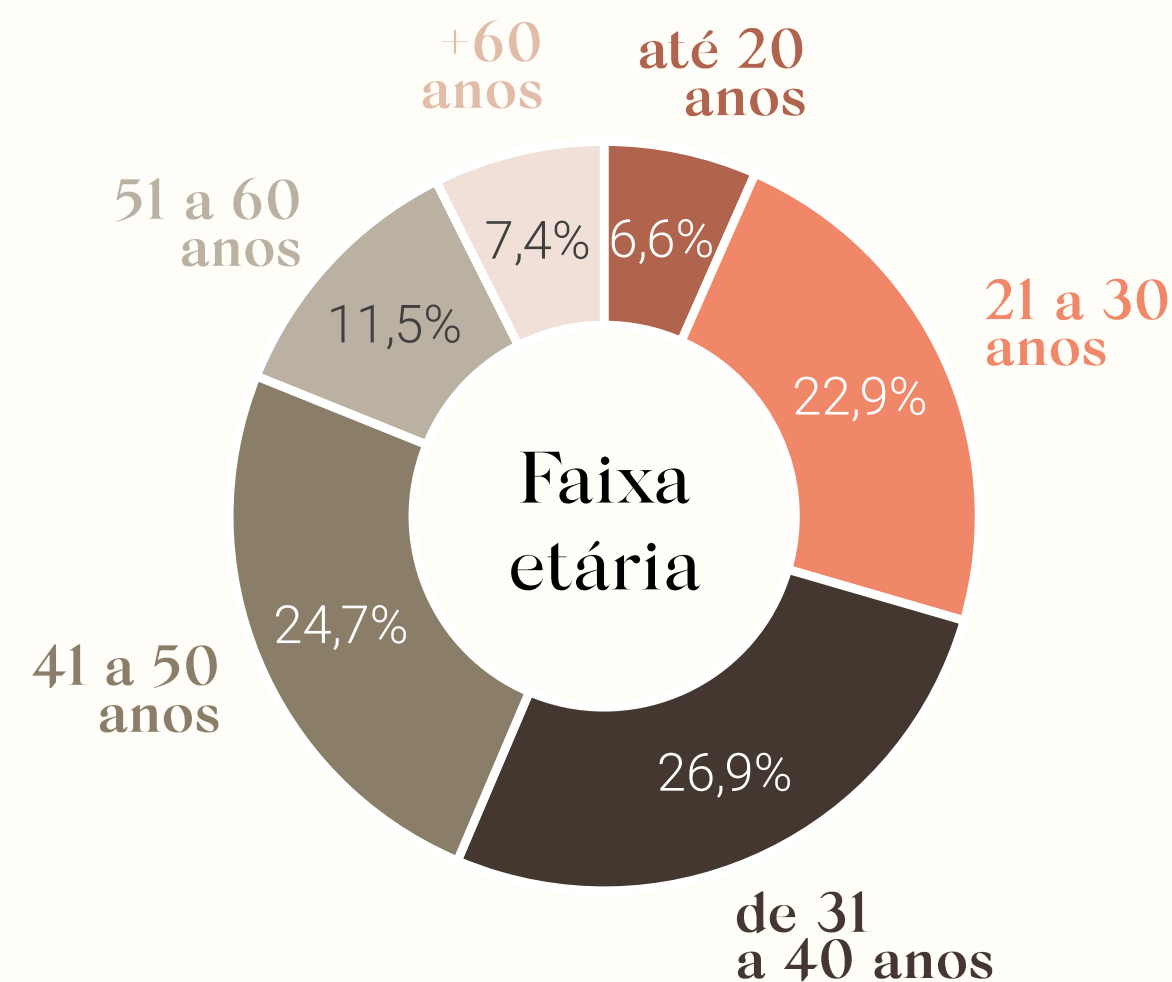
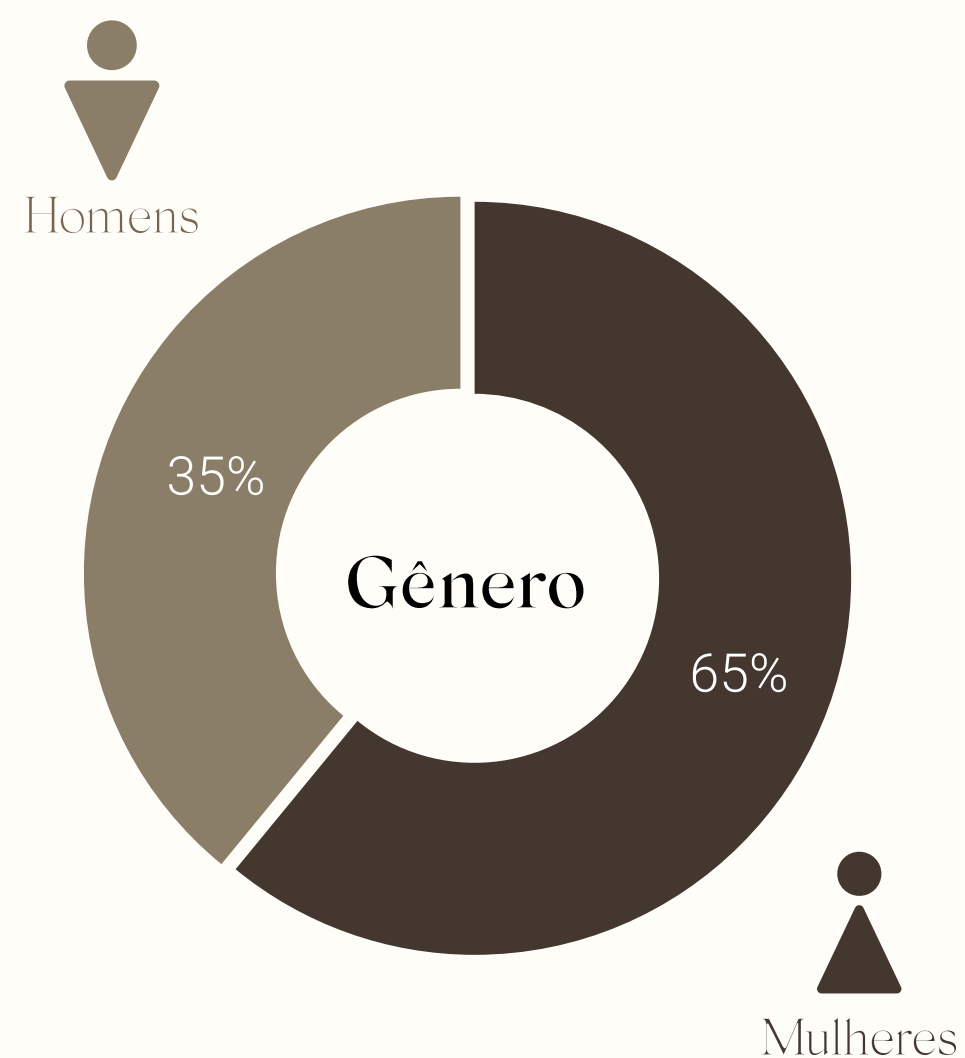
2022



POSICIONAMENTO

Ampla
Base de
Clientes

Classe social
A- **B** **C+**



2,0 milhões de clientes ativos
(+16,9% vs 2022)

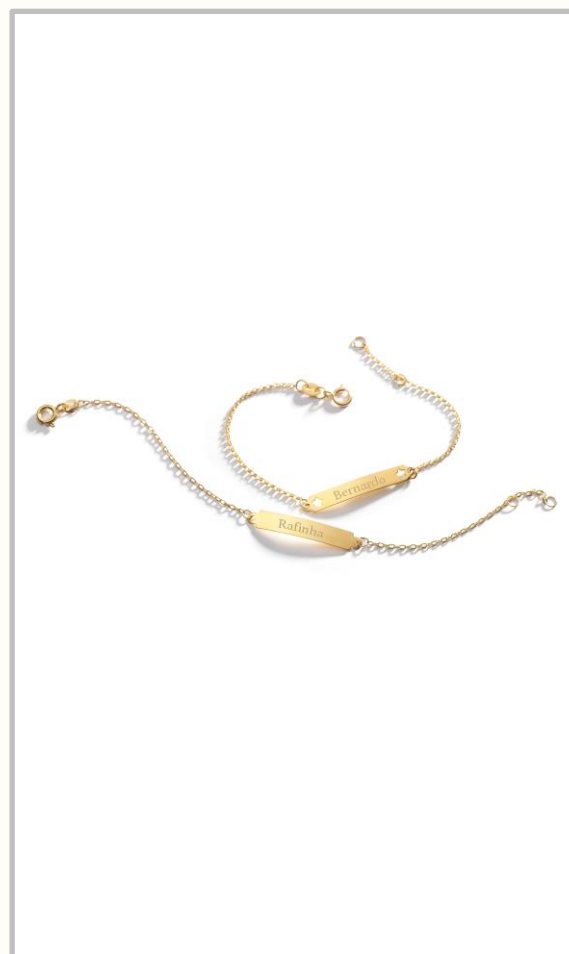
POSICIONAMENTO

Percepção de “***MARCA PARA A VIDA***”

o portfólio diversificado da VIVARA abrange todas as etapas da vida de um cliente, desde o nascimento até a idade adulta



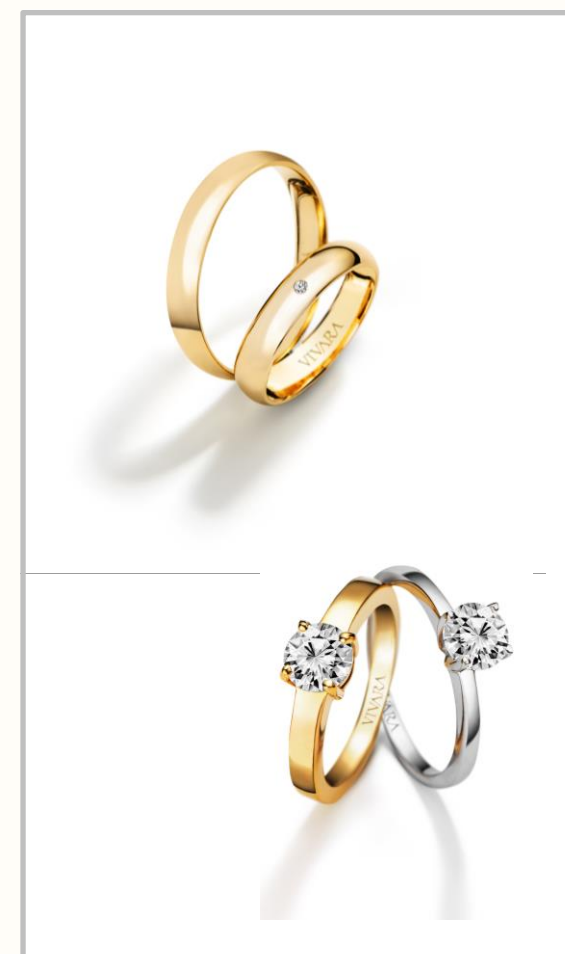
Nascimento



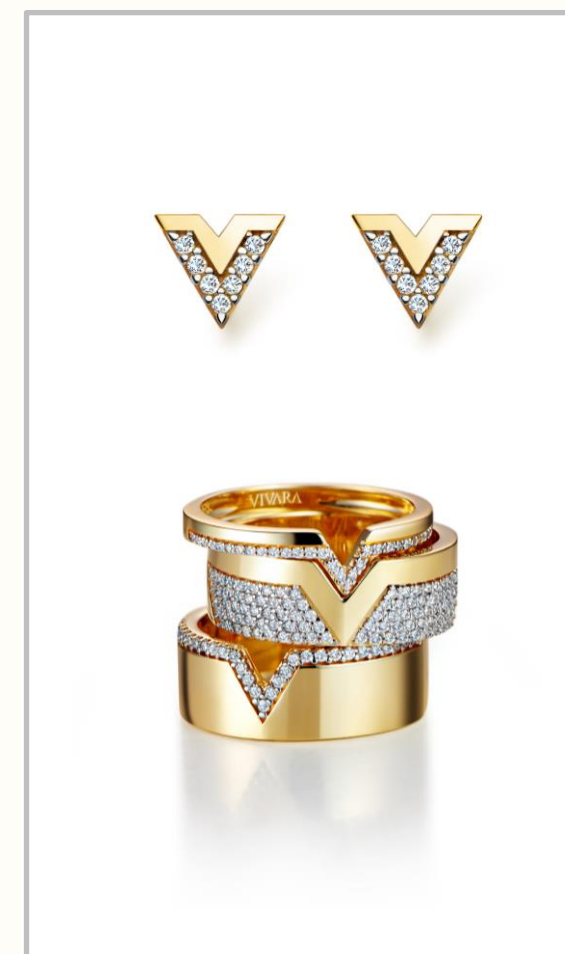
Infantil



Adolescência



Casamento



Adulto

POSICIONAMENTO

Democrático

Prata e Safira negra
R\$590



Prata e Safira negra
R\$990



Ouro e diamantes
R\$3.690



Prata e Safira negra
R\$3.990



Exclusivo

Couro, ouro e diamante negro
R\$4.390



Produtos para todos os tipos de bolso

Luxo

Prata e Safira negra
R\$32.450



Prata e Safira negra
R\$22.390



Ouro e diamantes
R\$15.390



Prata e Safira negra
R\$10.990



Aspiracional

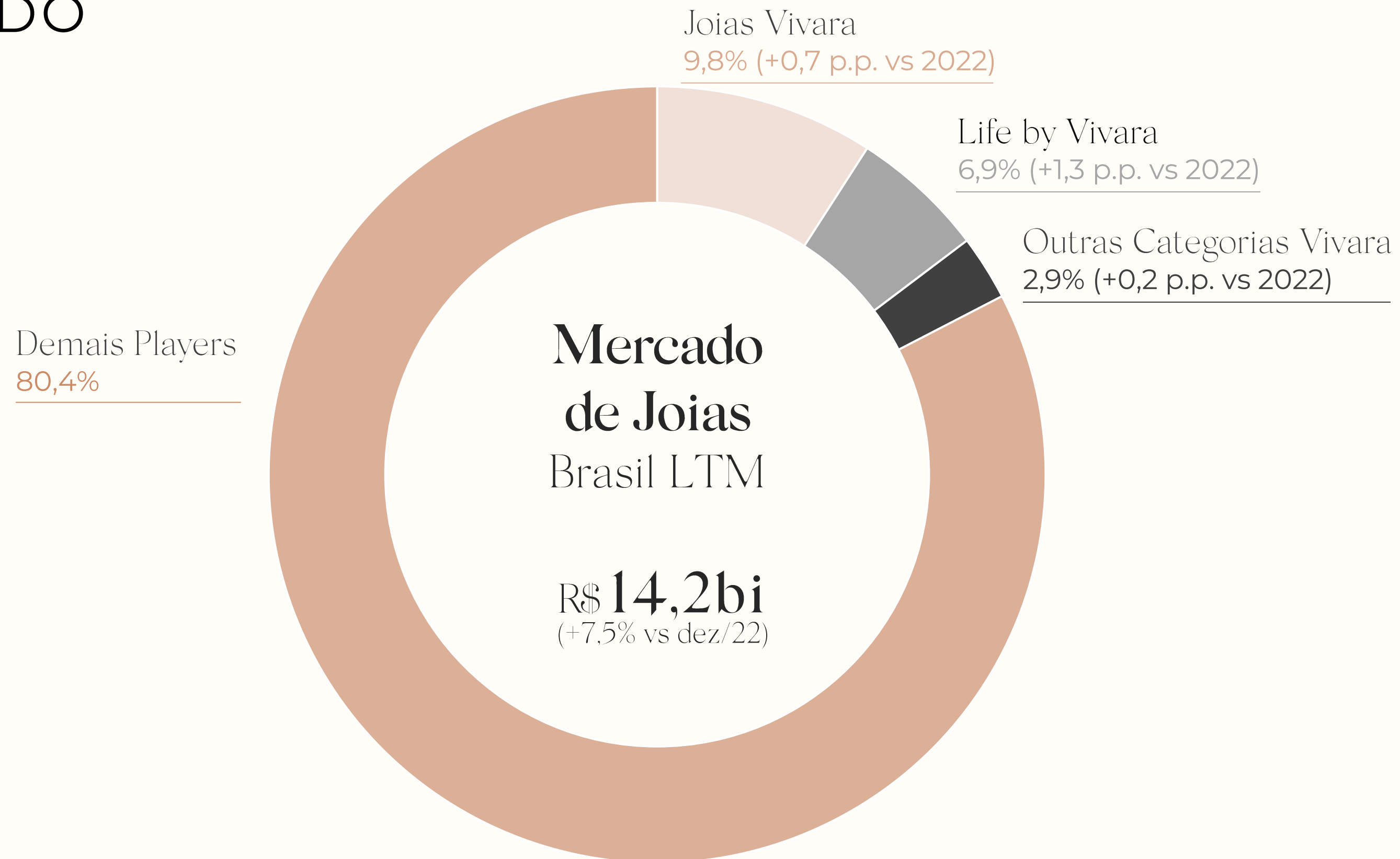
Couro, ouro e diamante negro
R\$7.590



MERCADO

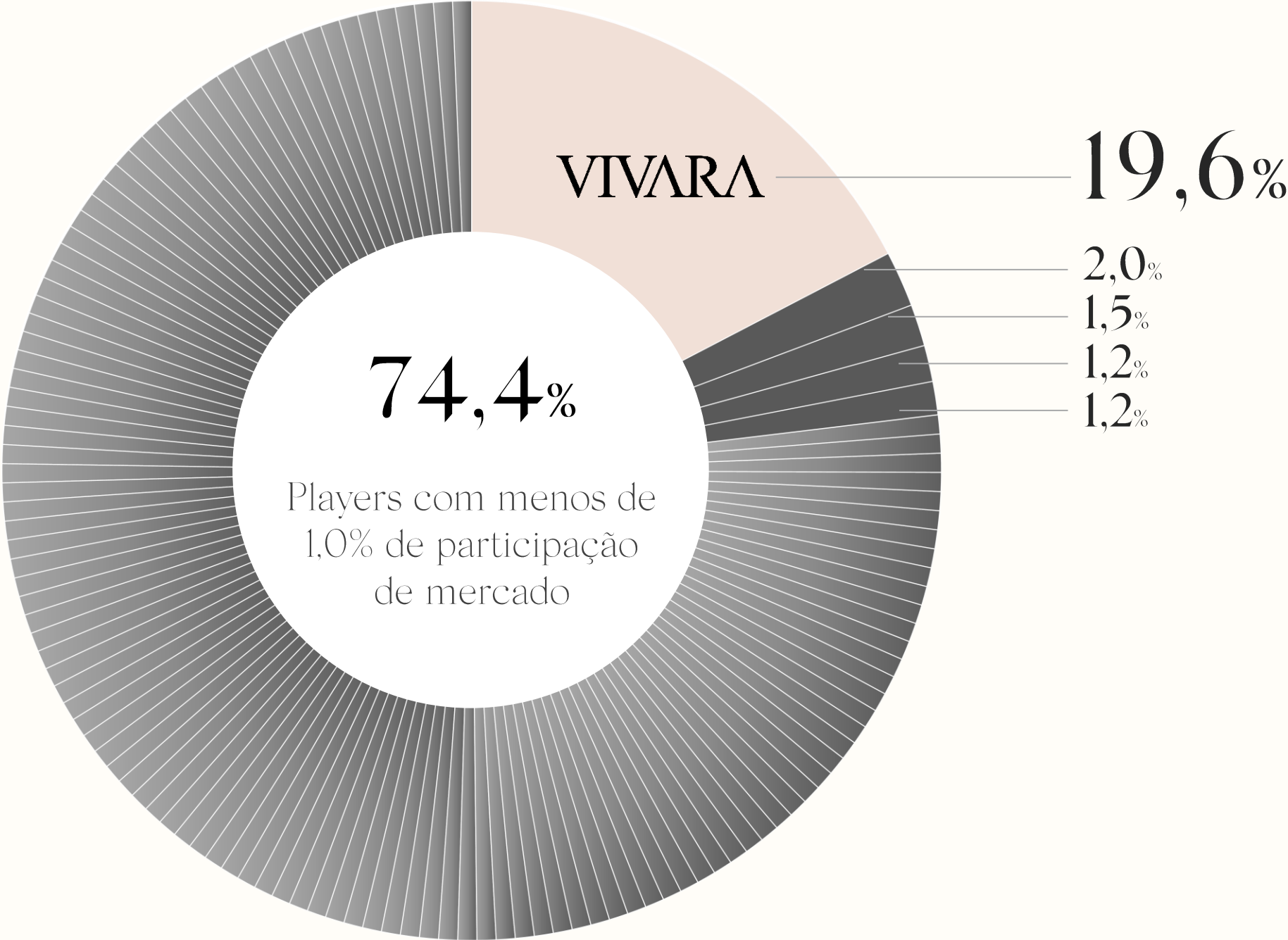


MERCADO



COMPETIÇÃO

Grande número
de players,
com baixa relevância de
participação de mercado



Fonte: Dados internos estimados para os outros players com data-base de Dezembro de 2023. Considera a receita total da Vivara, não excluindo as categorias de relógio e acessórios.

COMPETIÇÃO

Potencial de consolidação
segmentos que ainda podem ser explorados

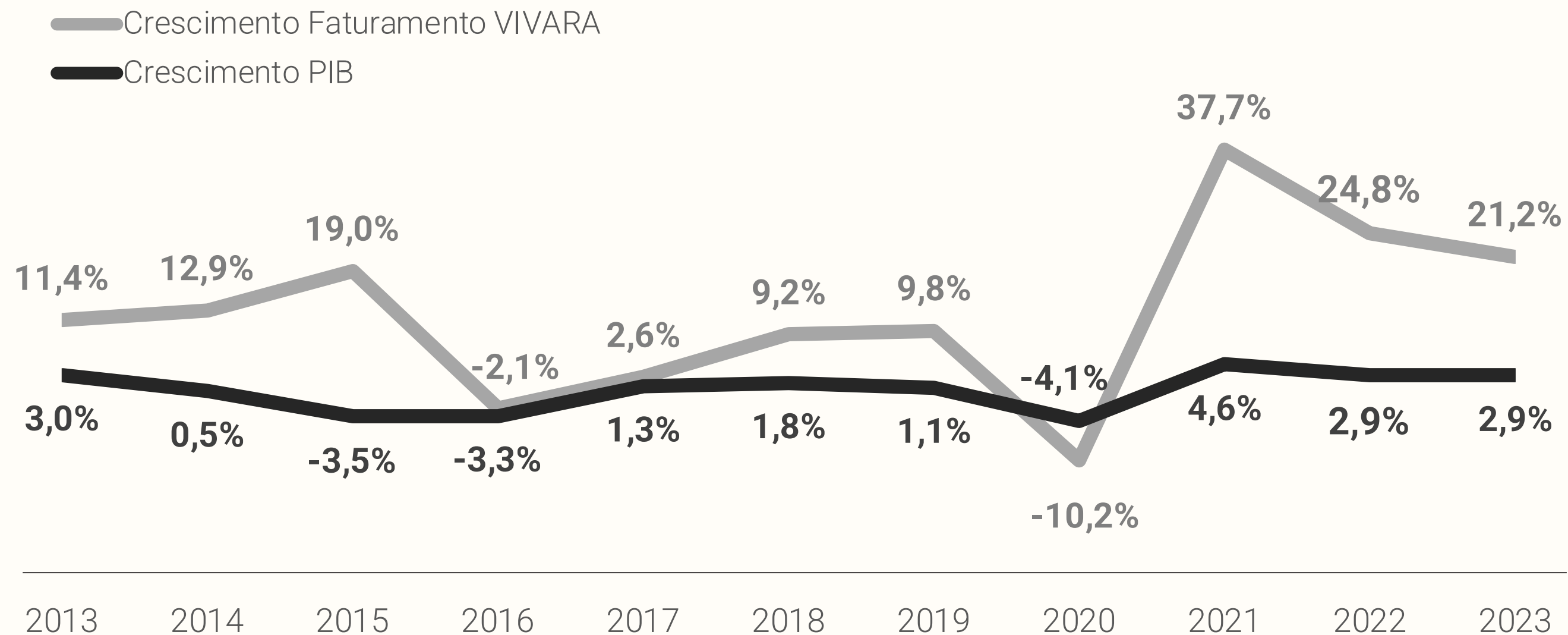


Fonte: Quantidade domicílio: IBGE – PNAD 2020 e POF 2017-2018
Classes Sociais: Índices FGV e Tendência Consultoria 2020.
Dados internos da Companhia: Dezembro de 2023.

RESILIÊNCIA

performance da VIVARA

sem correlação com comportamento do PIB brasileiro

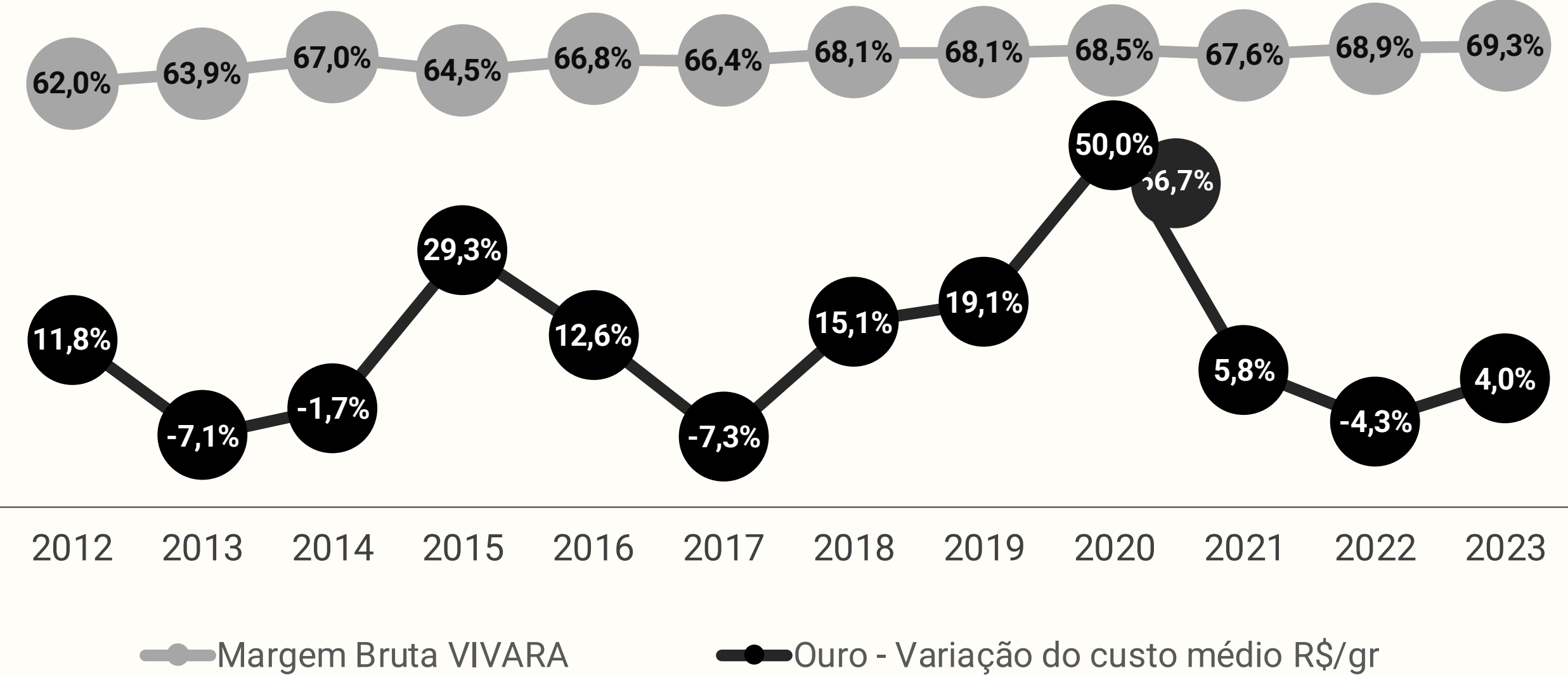


RENTABILIDADE
altas margens operacionais

RENTABILIDADE

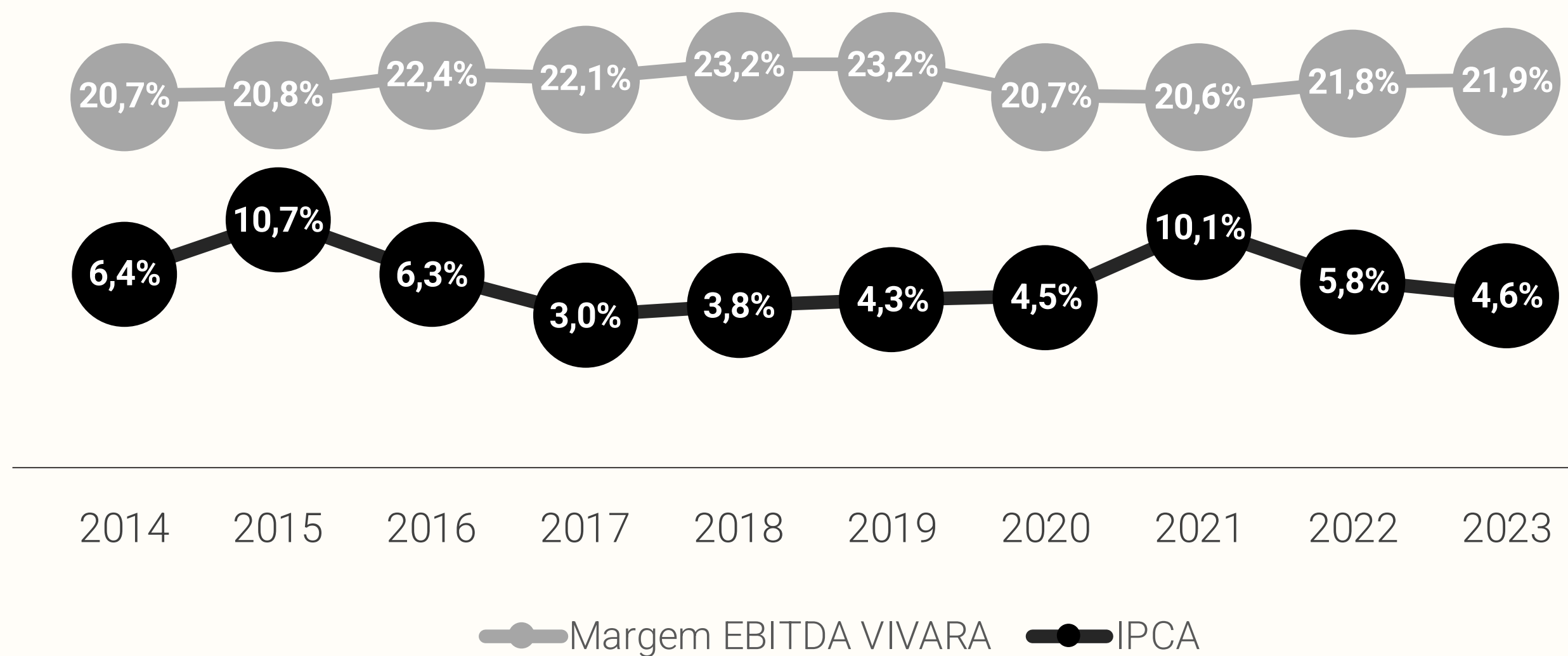
Margem Bruta

Comportamento do **ouro** não influencia na capacidade da companhia de **rentabilizar a operação**



RENTABILIDADE

Margem EBITDA



TRIPÉ DE ATUAÇÃO

VAREJO

390

pontos de vendas
próprios

Governança da força
de vendas voltada a
controle e gestão

Intensidade em
treinamentos e modelo de
remuneração agressivo

93

de NPS

+

INDÚSTRIA

Modelo
verticalizado

80%
de internalização
da produção

10.000m²
de área construída

3,5 milhões
de peças produzidas em 2021, com
rigoroso controle de qualidade

+

MARCA

Comunicação
aspiracional

Top of mind
absoluto do setor

Luxo acessível com escala
e agilidade na
reprodução de tendências

Jornada de
compra única

MARCAS *PRÓPRIAS*



PORTFÓLIO COMPLETO

VIVARA



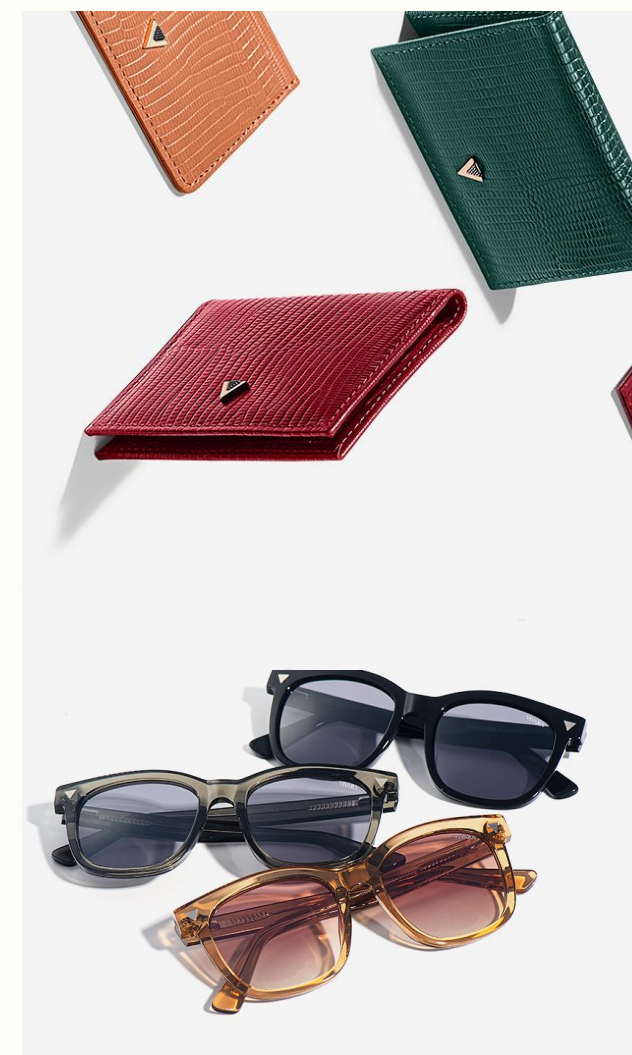
Life
VIVARA



VIVARA
FRAGRANCES



VIVARA
ACCESSORIES



VIVARA
WATCHES



VIVARA

Conceito de
luxo
democrático

Comunicação
aspiracional

Portifólio
diversificado
de produtos

Classe
A+ a B-

Preço médio⁽¹⁾:
R\$ 2.000



⁽¹⁾ Data-base: 31 de Dezembro de 2023

LIFE

by Vivara

Marca que se propõe a tornar cada pessoa única e especial

Portifólio diversificado de produtos

Jóias que convidam o cliente a contar sua história

Classe
A- a C+

Preço médio⁽¹⁾:
R\$ 300



⁽¹⁾ Data-base: 31 de Dezembro de 2023

VIVARA
WATCHES

Classes
A+ a B-

2 marcas
próprias e mais
de 15 marcas de
terceiros

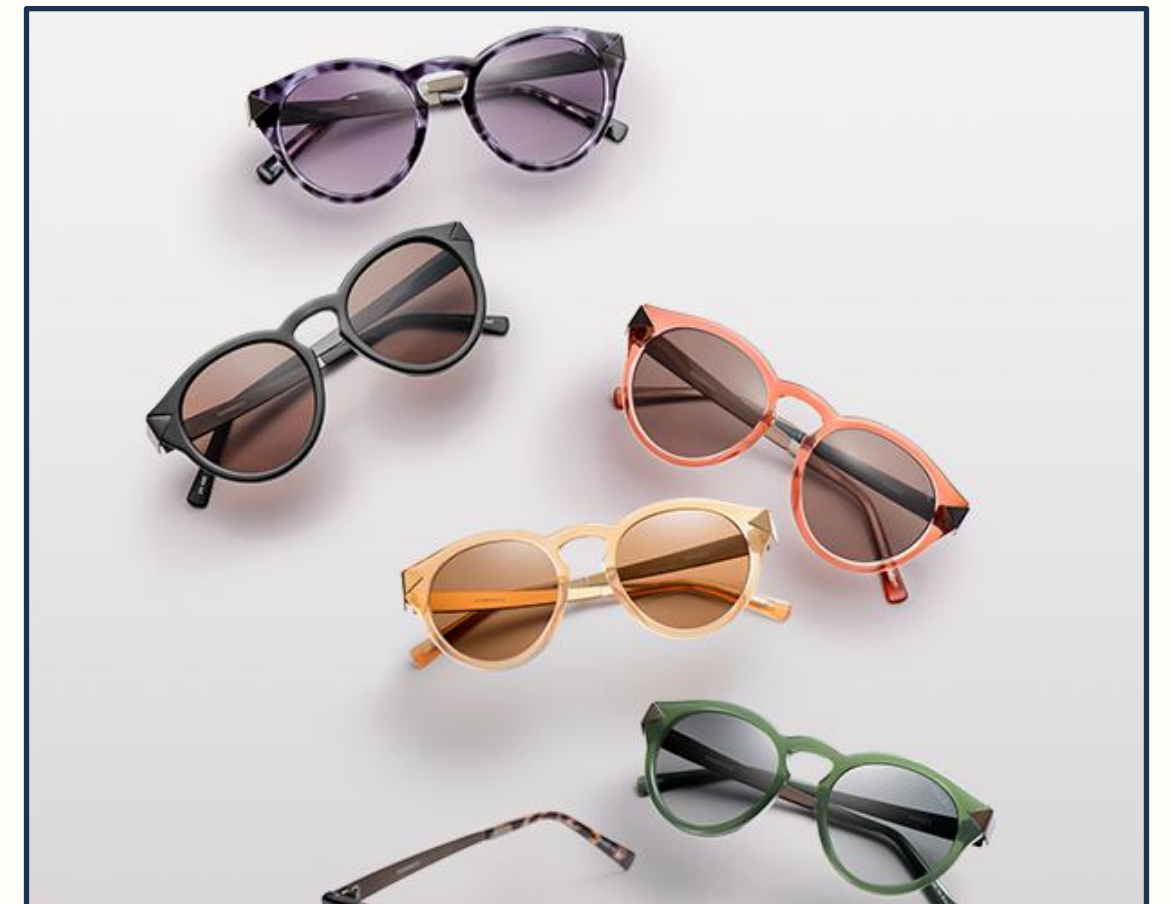
Preço
médio⁽¹⁾:
R\$975



Design
exclusivo e
alta qualidade

Perfumes,
acessórios em
couro, óculos,
canetas, porta
joias etc

Preço
médio⁽¹⁾:
R\$402



VIVARA
ACCESSORIES

⁽¹⁾ Data-base: 31 de Dezembro de 2023

FRENTES

ESTRATÉGICAS

EXPANSÃO *LOJAS VIVARA*

Criada em 1962, tem atualmente **257⁽¹⁾** lojas espalhadas por todas as regiões do Brasil

Oferece portfólio completo de produtos, em lojas de aproximadamente **90m²**

R\$1.157
ticket médio ⁽¹⁾

40,2%
penetração em shoppings
no Brasil ⁽¹⁾



⁽¹⁾ Data-base: 31 de Dezembro de 2023

EMPODERAMENTO *LIFE*

criada em 2015, a Loja Life mira um público jovem e casual, focando na exposição de produtos e na simplificação da jornada de compra

canal em forte movimento de expansão



117
lojas⁽¹⁾

R\$461
ticket médio⁽¹⁾

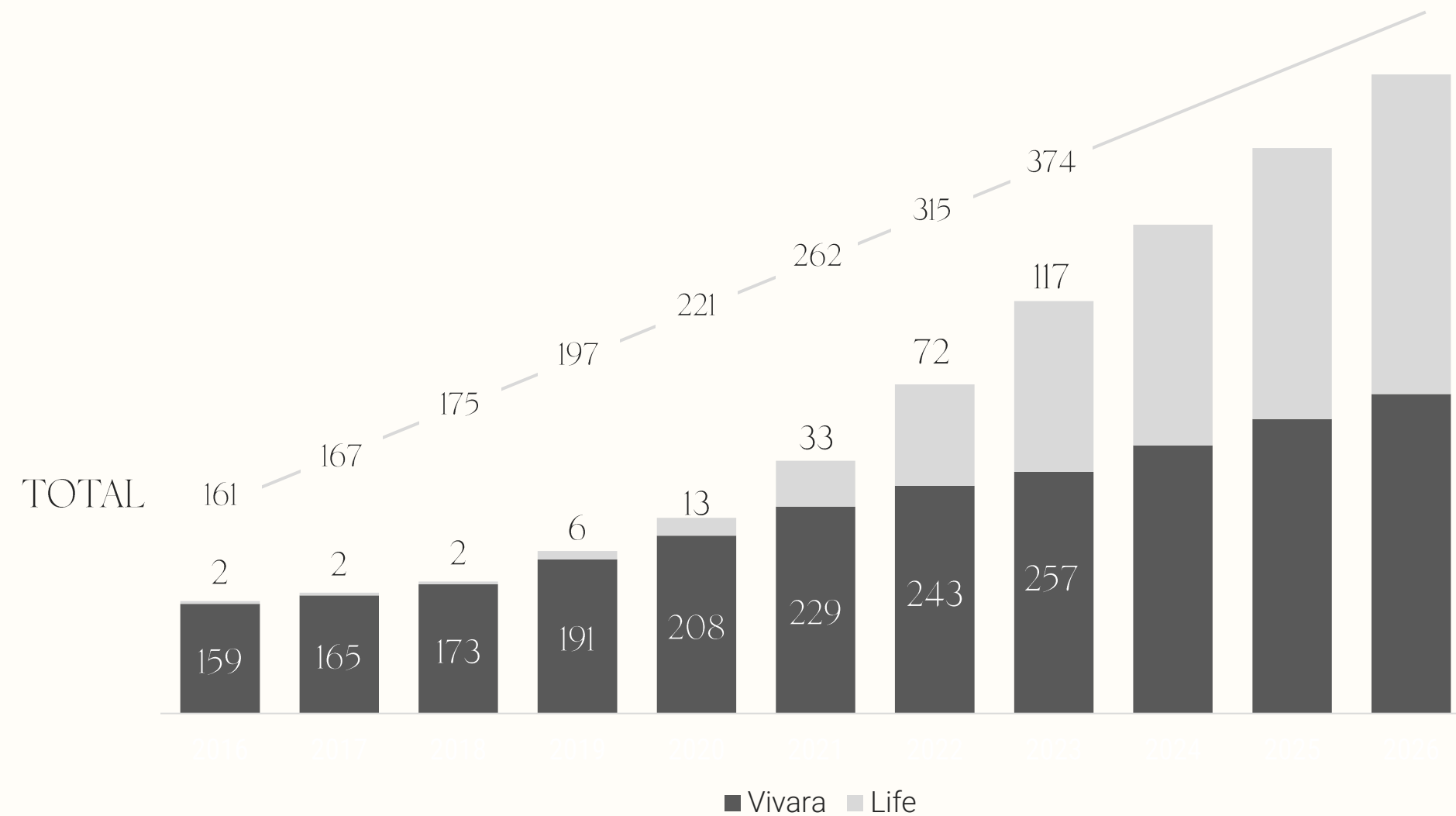
70m²
tamanho médio
de loja

18,3%
penetração em shoppings
no Brasil⁽¹⁾

⁽¹⁾ Data-base: 31 de Dezembro de 2023

EXPANSÃO ORGÂNICA

QUANTIDADE DE LOJAS **VIVARA e LIFE**



potencial de
penetração em
Shoppings Brasil

≈ 50%
lojas Vivara

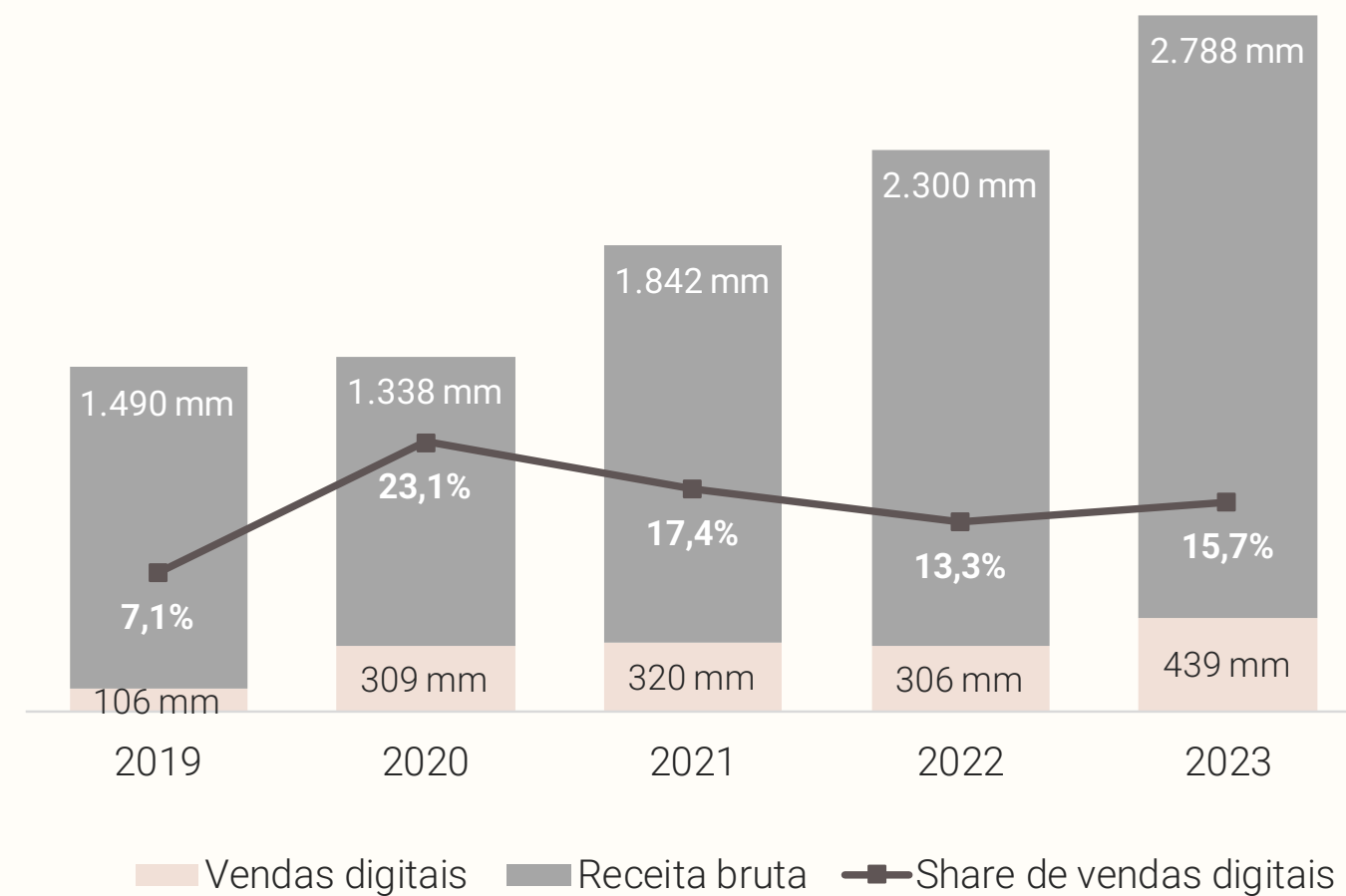
≈ 35%
lojas Life

DIGITAL

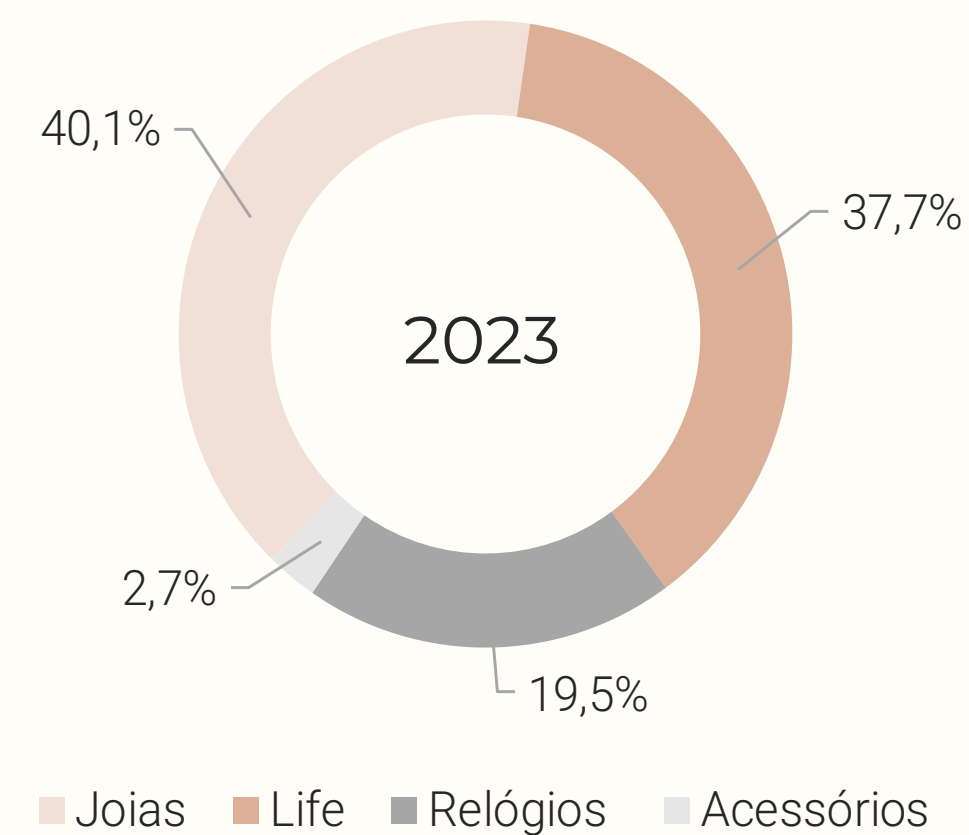
R\$439 milhões

Venda Digital 2023

EVOLUÇÃO DA VENDA DIGITAL



MIX DE CATEGORIAS NA VENDA DIGITAL



MÚLTIPLAS *OPORTUNIDADES*

POSICIONAMENTO

HIGH END
≅ R\$2,5 bi

Alta joalheria e marcas designers, altamente fragmentado

MIDDLE
≅ R\$8,0 bi

Vivara e Life, Marcas regionais e sem grandes players com escala para atuação nacional

LOW END
≅ R\$1,5 bi

Pequenos joalheiros, com portfólio limitado e pouca experiência em loja

EXPANSÃO GEOGRÁFICA

potencial expansão para América Latina

mercados fragmentados, com características similares ao mercado brasileiro

CATEGORIAS ADJECENTES

Expansão de Portifólio

em categorias existentes

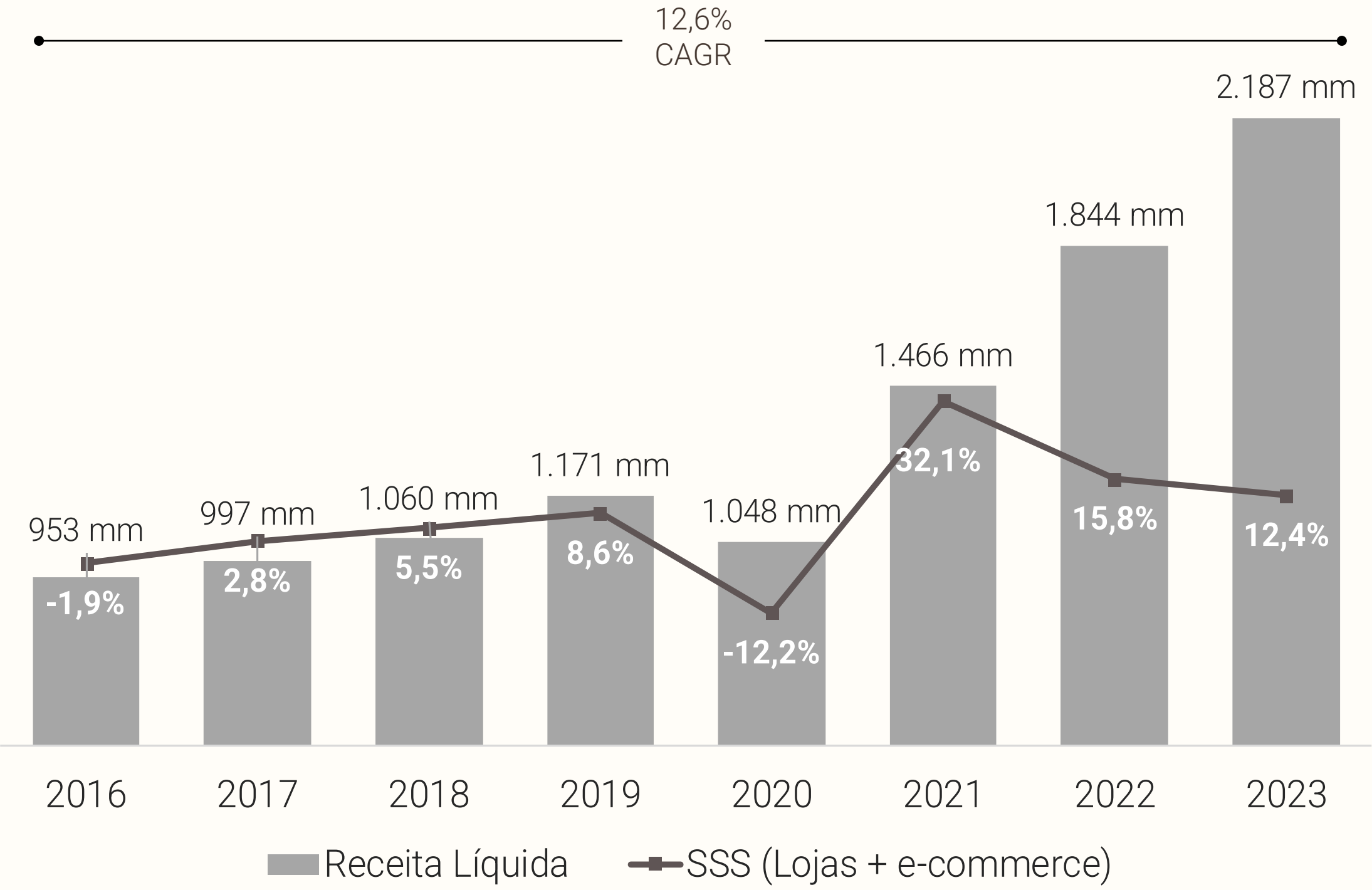
Novas Categorias

no mesmo posicionamento

DESTAQUES

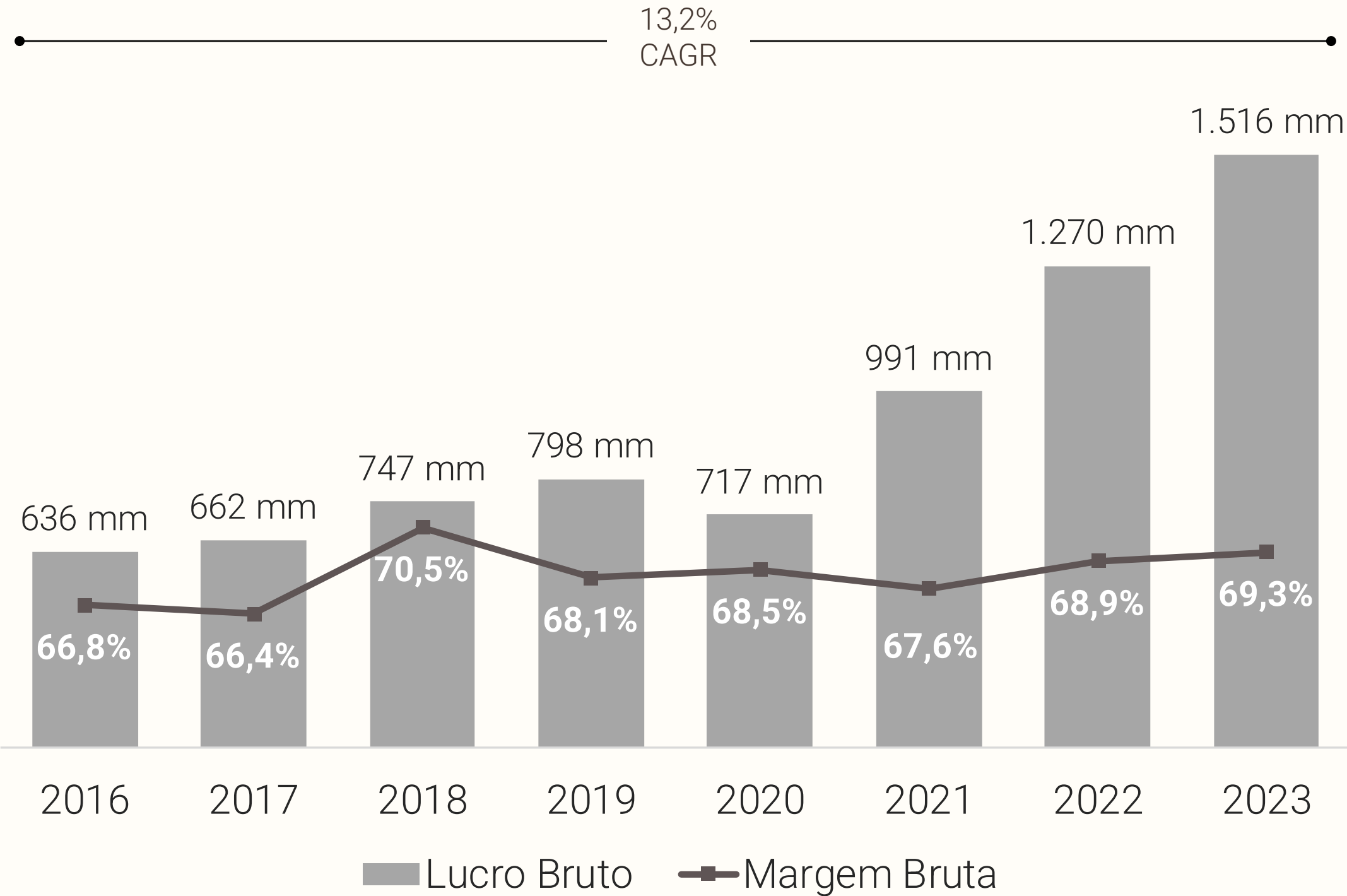
FINANCEIROS

RECEITA LÍQUIDA *e SSS*



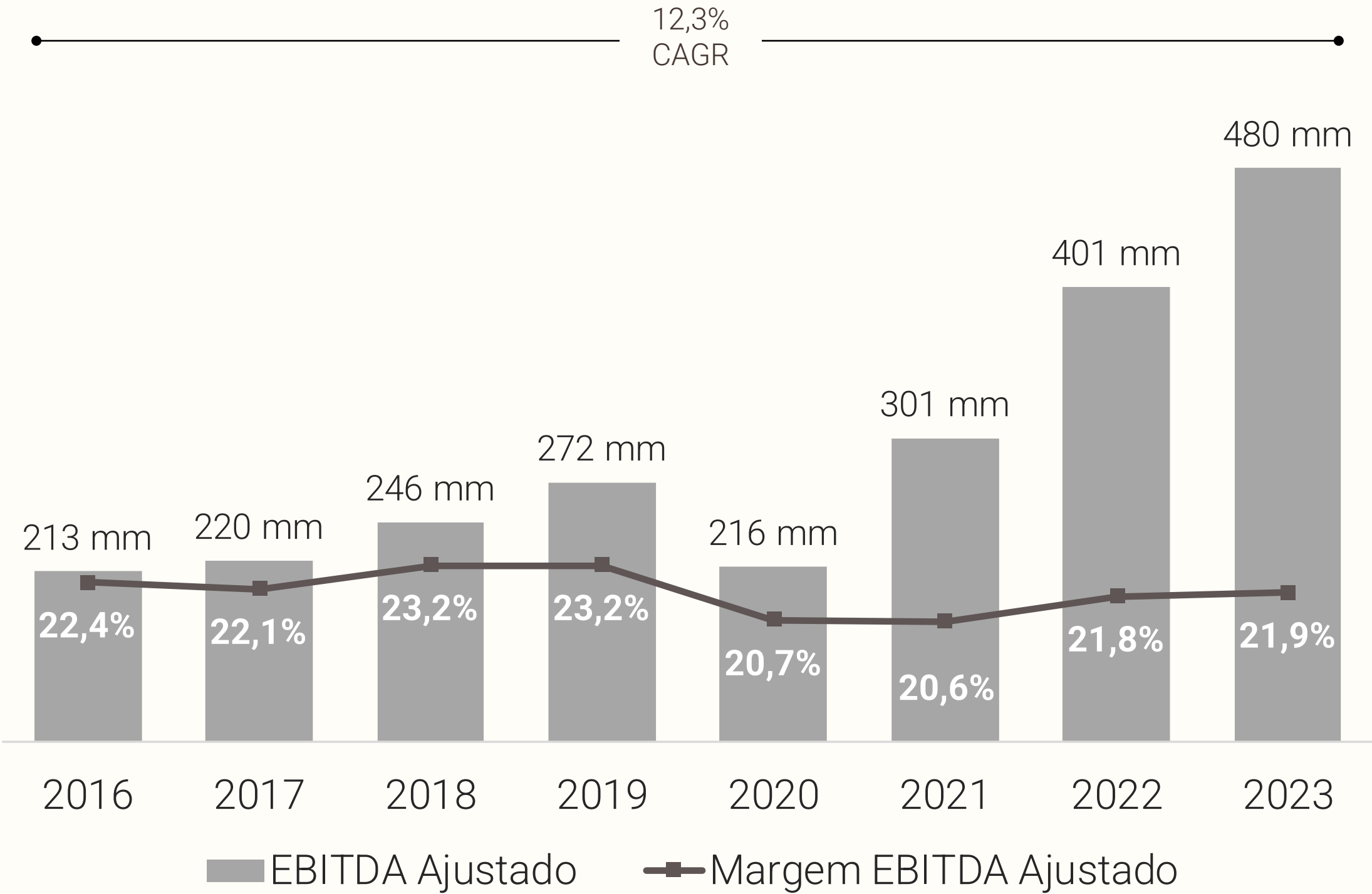
LUCRO BRUTO

e MARGEM BRUTA

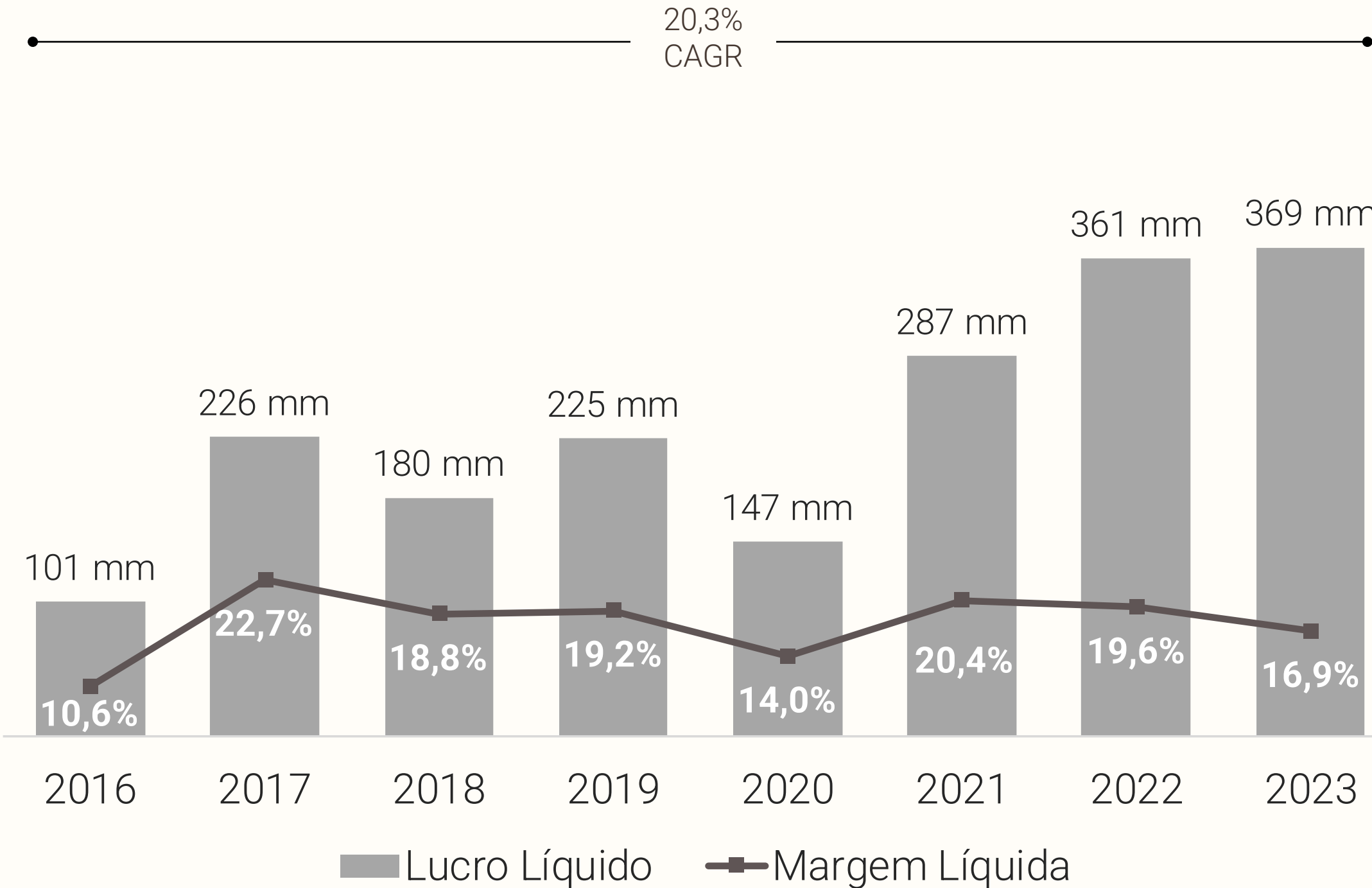


EBITDA AJUSTADO

e MARGEM EBITDA AJUSTADA



LUCRO LÍQUIDO *e MARGEM LÍQUIDA*



ÚLTIMO RESULTADO TRIMESTRAL

Principais Indicadores Financeiros (R\$ mil)	4T23	4T22	Δ% 23vs22	2023	2022	Δ% 23vs22
Receita Bruta (Líqu. de devoluções)	1.017.181	820.402	24,0%	2.788.016	2.299.920	21,2%
Receita Líquida	778.127	644.045	20,8%	2.186.975	1.843.735	18,6%
SSS (lojas físicas)	11,8%	4,4%	na	7,1%	20,9%	na
SSS (lojas físicas + digital)	15,0%	6,9%	na	12,4%	15,8%	na
Lucro Bruto	544.385	456.126	19,3%	1.516.111	1.270.208	19,4%
Margem Bruta (%)	70,0%	70,8%	(0,9 p.p.)	69,3%	68,9%	0,4 p.p.
EBITDA Ajustado	200.400	178.006	12,6%	479.598	401.082	19,6%
Margem EBITDA Ajustada (%)	25,8%	27,6%	(1,9 p.p.)	21,9%	21,8%	0,2 p.p.
Lucro Líquido	144.150	157.757	-8,6%	369.245	360.854	2,3%
Margem Líquida (%)	18,5%	24,5%	(6,0 p.p.)	16,9%	19,6%	(2,7 p.p.)
Geração de Caixa Operacional	126.057	80.366	56,9%	142.864	17.429	719,7%

DISCLAIMER

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

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

RELAÇÕES COM INVESTIDORES

Otávio Lyra – CFO

Melina Rodrigues – Diretora de RI

Nicole Caputo – Especialista de RI

Email: ri@vivara.com.br



VIVARA

ri@vivara.com.br

ri.vivara.com.br