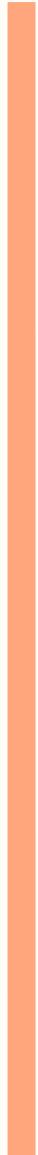


VIVARA

Apresentação Institucional



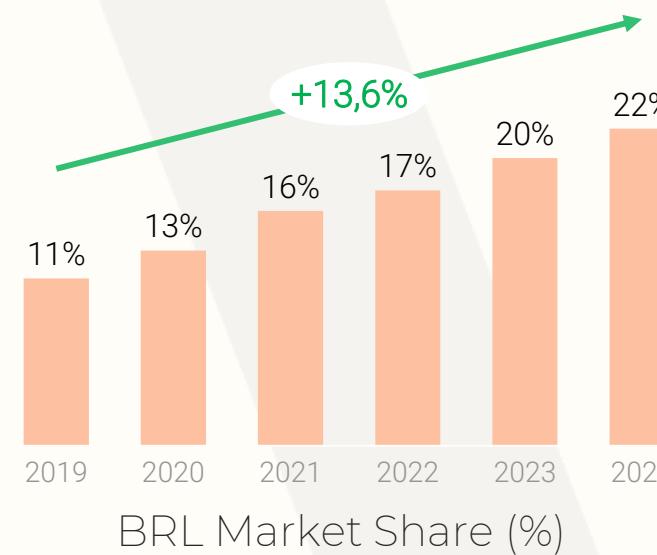


quem
somos?

VIVARA ONE PAGE

LÍDER ABSOLUTO & TOP OF MIND

NO MERCADO BRASILEIRO DE JOIAS



+15 ANOS
como Top of Mind
no ramo de joias

Mercado de Luxo Contemporâneo



- ✓ +60 anos de reputação
- ✓ Produtos Presenteáveis
- ✓ Portfólio com marcas complementares

OPERAÇÃO ESCALÁVEL & VERTICALIZADA

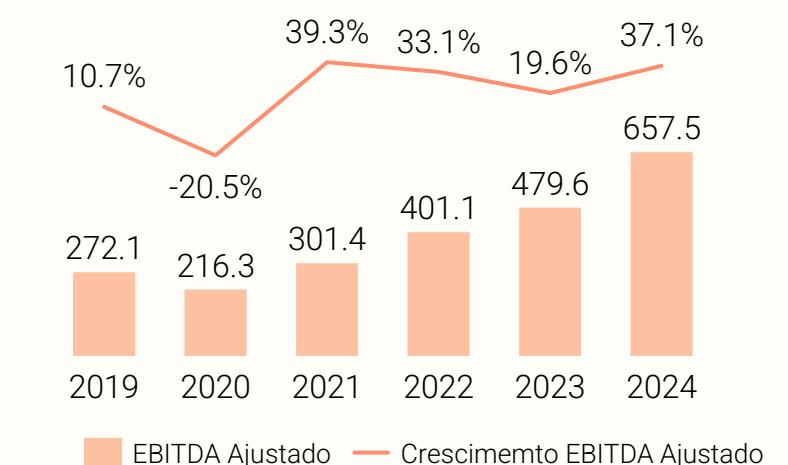


ALTA RENTABILIDADE & SÓLIDOS RETORNOS

Margem
Bruta
+70%

Margem EBITDA
& ROIC
>20%

+ Oportunidades
de Expansão de Rentabilidade



Nosso time de diretores combina experiência e alta performance

Profissionais com mais de 20 anos de experiência em varejo e joalheria

Diretoria Estatutária



Thiago Borges
CEO

smartfit AREZZO &CO

Selected experience



Elias Leal
CFO

H.I.G. KoraSaúde
CAPITAL

Selected experience



Cassiano Lemos
COO

AREZZO &CO RICHARDS

Selected experience

Diretores



Izadora Lima
Diretora Comercial

+ 6 anos na VIVARA
Selected experience



Marina Canto
Diretora de Produto

+ 10 anos na VIVARA
Selected experience



Raul Vargas
Diretor de Fabrica

+ 30 anos na VIVARA
Selected experience



Nérito Vineri
Diretor de RH

smartfit AREZZO

Selected experience



Marcus Military
Diretor de TI

VERGOLINI
cencosud

Selected experience



Aletea Muniz
Diretora de
Compliance

+ 20 anos na VIVARA
Selected experience



Rhuan Chimenes
Diretor de
Planejamento e S&OP

C6 BANK itaú LATAM

Selected experience



Pedro Almeida
Diretor de Expansão

AD MALL
VAREJO GANHE
C&A

Selected experience



Vanessa Barros
Diretora Jurídica

+ 8 anos na VIVARA
Selected experience

Target KPIs & Alinhamento

- Metas
- ✓ EBITDA
- ✓ ROIC
- Incentivo de Longo Prazo
- ✓ Matching shares

Apoiado por um grupo de **conselheiros ativos** e **referências** nas suas respectivas **expertises**

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Marina Kaufman
Chairman
+20 anos na VIVARA
Selected experience

Paulo Kruglensky
Vice Chairman
+ 18 anos na VIVARA
Selected experience

Carolina Lacerda
Membro Independente
Economista
ANBIMA MERRELL LYNCH
Selected experience

Luiz Quinta
Membro Independente
Engenheiro
brMalls Multiplan
Selected experience

Silvio Genesini
Membro Independente
Engenheiro
accenture ORACLE
Selected experience

CONSELHO FISCAL

Mauro Moreira
Membro
Contador
EY
Selected experience

Guillermo Braunbeck
Membro
Economista
V IFRS Accounting
Selected experience

André Coji
Membro
Advogado
TECNISA FIBRA
Selected experience

...e reforçado pelo time de **embaixadoras**
mais **brilhante** do país



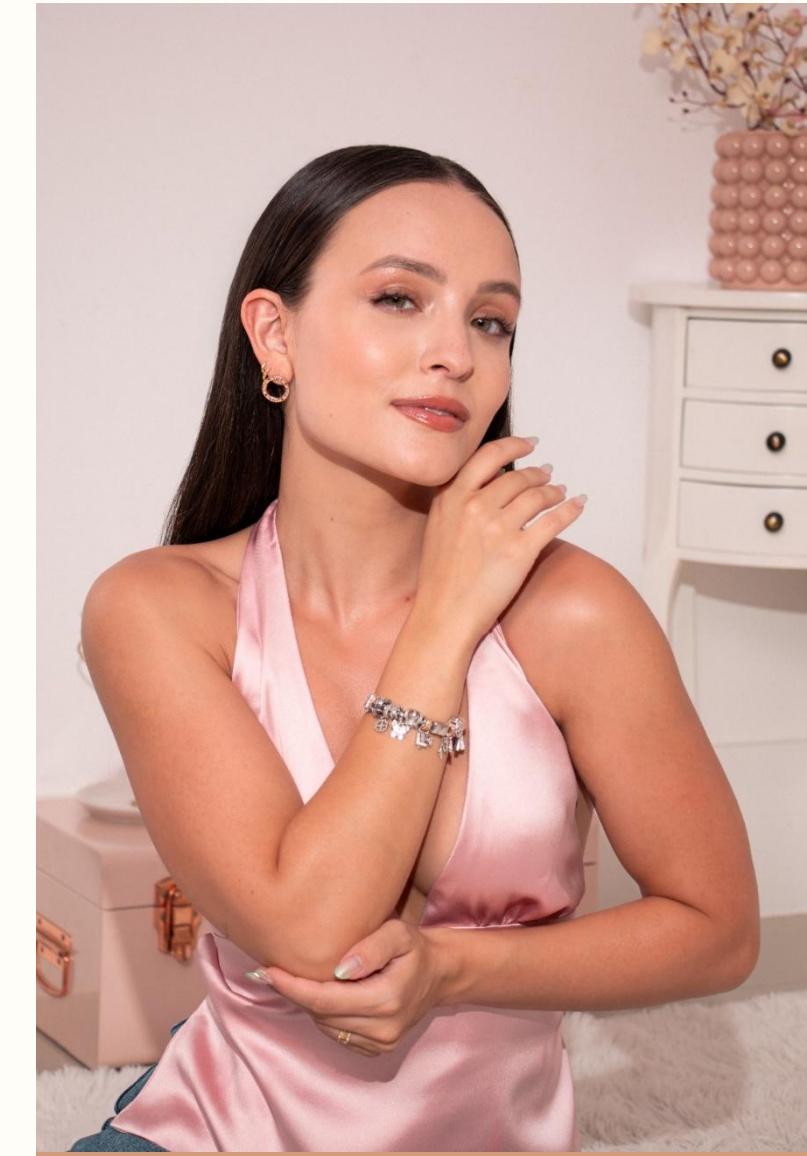
Gisele Bündchen
Embaixadora da Vivara
Desde 2007

23.2M
seguidores no instagram



Marina Ruy Barbosa
Embaixadora Life
Desde 2017

42.2M
seguidores no instagram



Larissa Manoela
Embaixadora Life Moment's
Desde 2025

54.1M
seguidores no instagram

Oferecendo um portfólio completo de luxo contemporâneo

VIVARA



Portfólio em Ouro
com pedras
preciosas

Share de vendas¹
48%

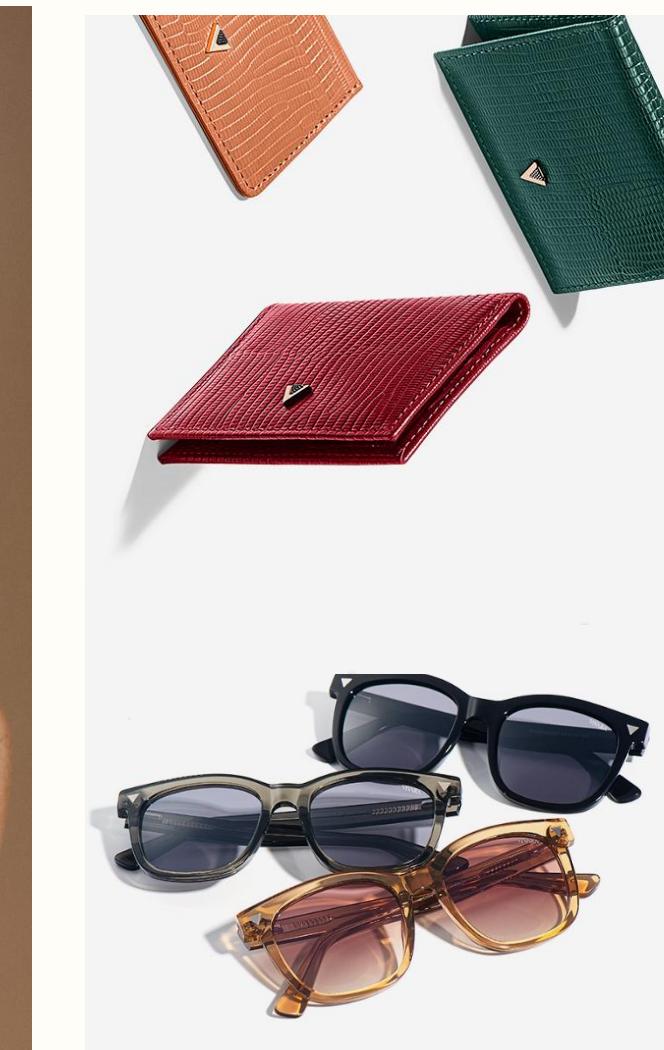
Life
VIVARA



Portfólio em Prata
com pedras
brasileiras

Share de vendas¹
36%

VIVARA
ACCESSORIES



Perfumes, acessórios
em couro, óculos,
canetas, etc

Share de vendas¹
2%

VIVARA
WATCHES



3 Marcas próprias
+15 marcas de
terceiros

Share de vendas¹
14%

E se consolidando como case de crescimento com alta capacidade de execução

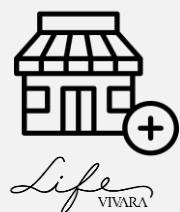


LOJAS VIVARA + QUIOSQUES

214 (2019)
Area: 17,172m²

Lojas
+63

277 (3T25)
Area: 24,629m²



LOJAS LIFE

20 (2019)
Area: 283m²

Lojas
+177

197 (3T25)
Area: 14,952m²



SAME-STORE SALES (SSS)

7,5% (2019)

2,9 p.p

10,4% (3T25)



CRESCIMENTO CONSISTENTE

15,6%
CAGR Receita Bruta
(19-22)

3,7 p.p

19,3%
CAGR Receita Bruta
(22-24)



RENTABILIDADE CRESCENTE
(Adj. EBITDA)

272 (2019)
Margem:
23,2%

Adjusted EBITDA
+42%

658 (2024)
Margem: 25,5%

1. A informação não contempla a Vivara Panamá



O que nos diferencia como
tese de investimento?

Resiliência

Setor milenar com histórico de resiliência

Rentabilidade

Altas taxas de retorno e margens operacionais

Posicionamento

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



Competição

Ambiente competitivo fragilizado, com poucos players estruturados

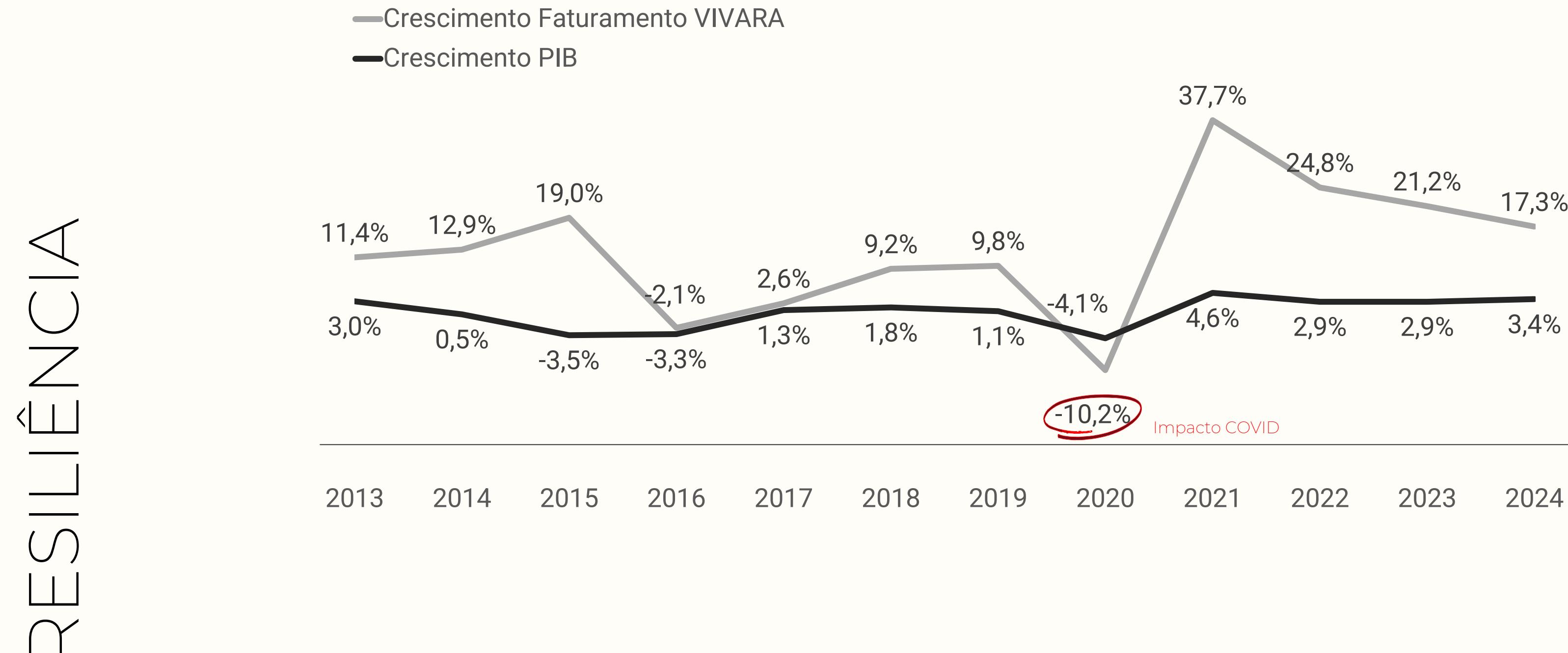
Mercado

Potencial de consolidação, em um mercado amplamente fragmentado

Track record

Marca com histórico de mais de 60 anos de execução

Performance da Vivara com crescimento consistente sem correlação com o comportamento do PIB brasileiro



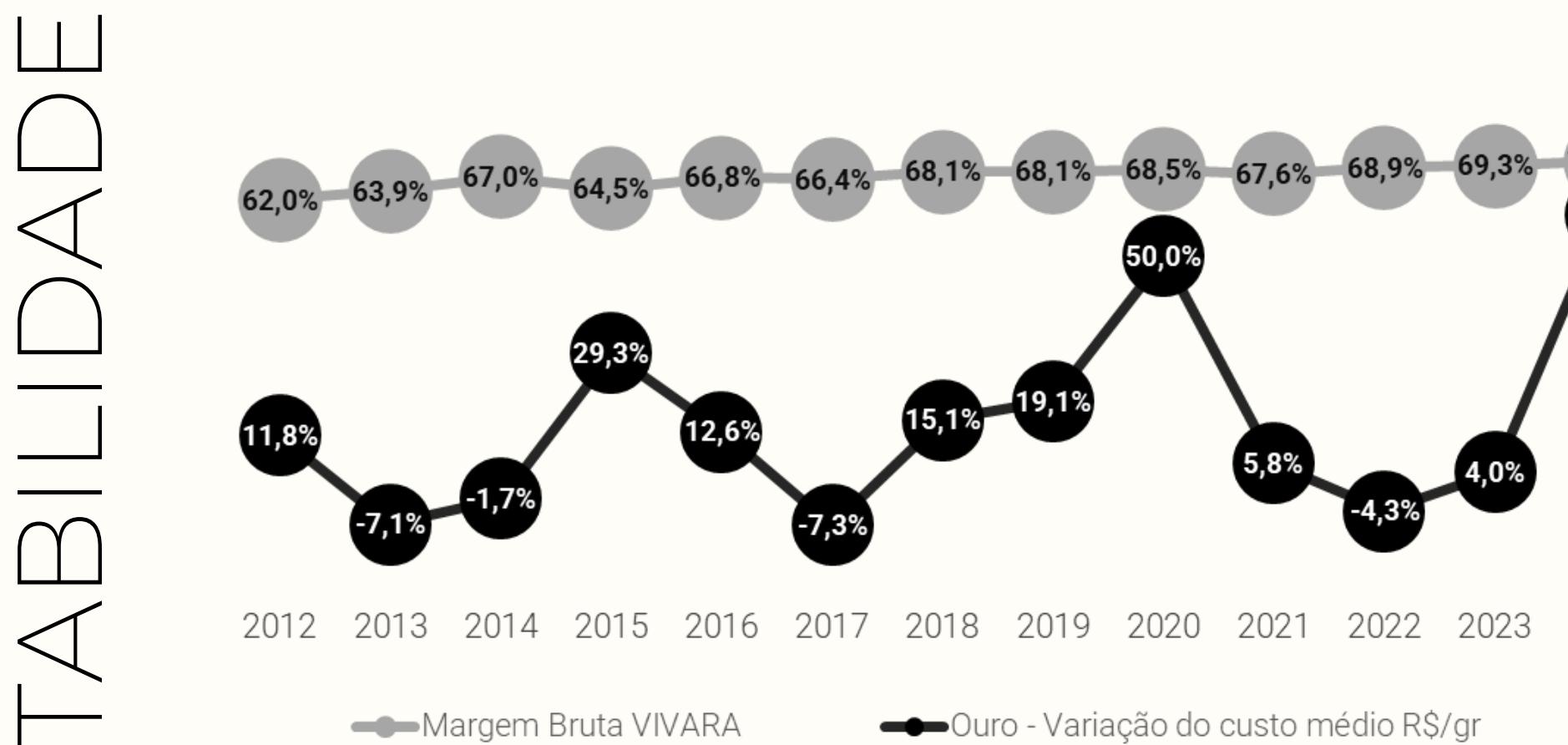
Fonte: PIB : IBGE.

Informação Interna

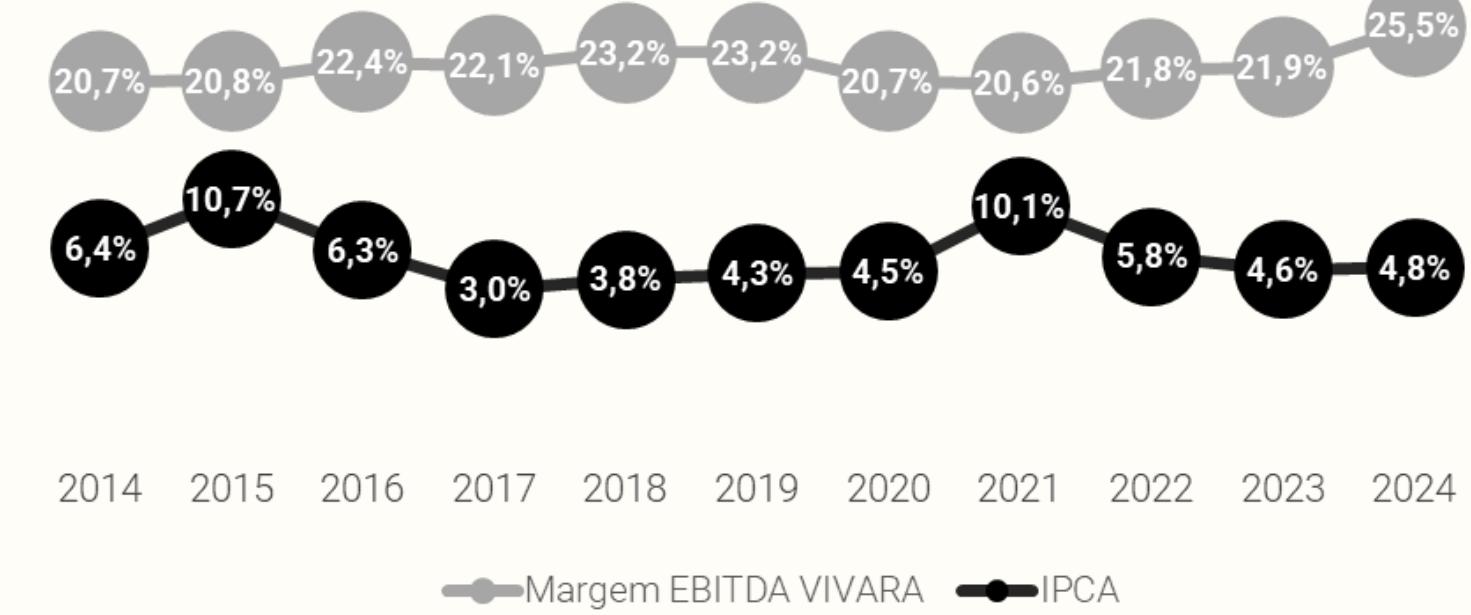
VIVARA

Preço do ouro não influência na capacidade da Companhia entregar rentabilidade operacional consistente

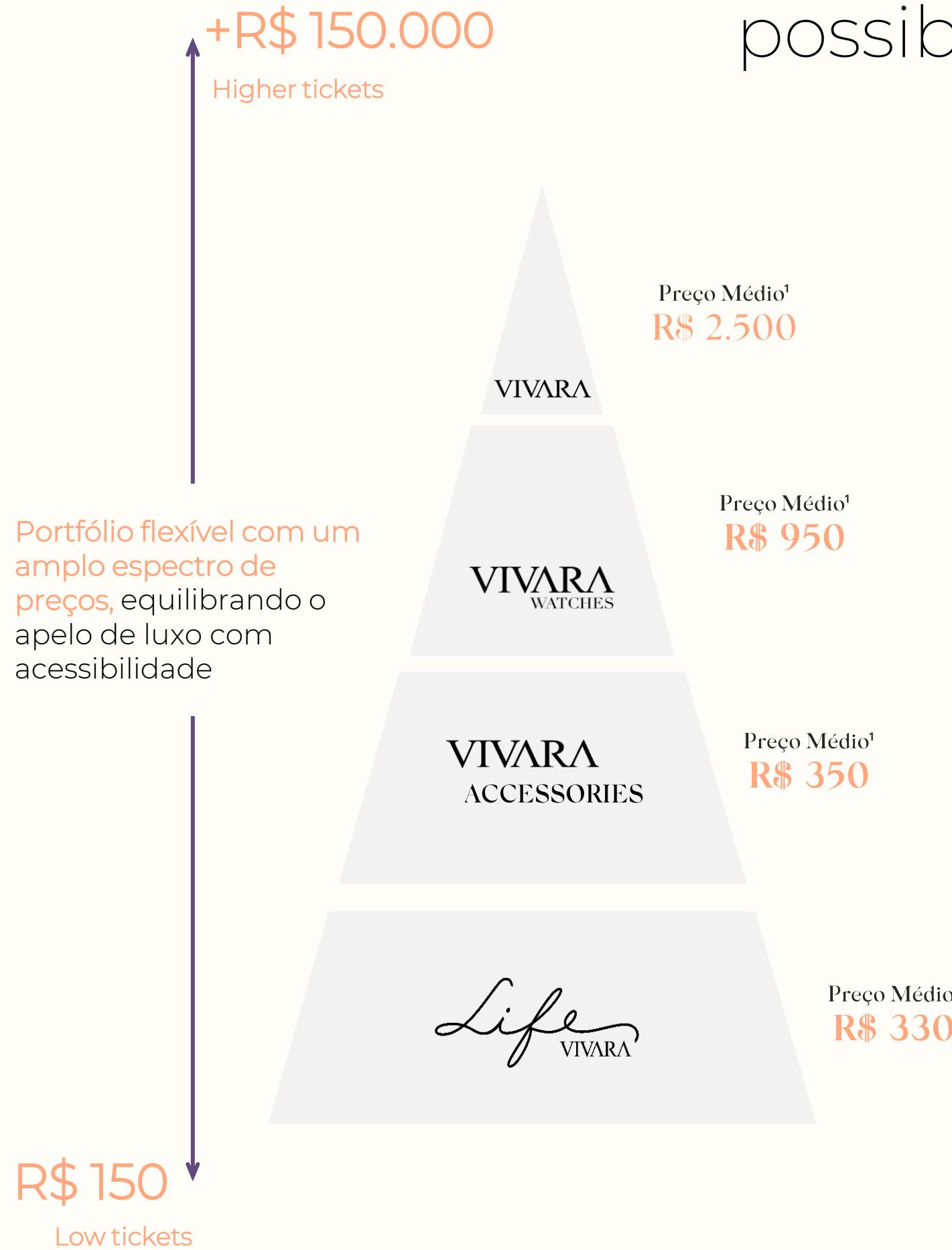
Margem Bruta vs Preço Ouro



Margem EBITDA vs IPCA (inflação)



POSIÇÃO|NAMENTO



Nosso portfólio de marcas complementares possibilita uma oferta completa de luxo acessível...

Descrição	Rentabilidade	Cluster	A+ to B-	A- to C+	A- to C+	A+ to B-
VIVARA	Comunicação Aspiracional, joias elegantes e atemporais, para momentos especiais	Alto potencial cross-sell, a ser explorado	Life VIVARA	Design exclusivo, com alta qualidade	VIVARA ACCESSORIES	VIVARA WATCHES
VIVARA ACCESSORIES	Alto potencial cross-sell, a ser explorado	Alto potencial cross-sell, a ser explorado	Alto potencial cross-sell, a ser explorado	Alto potencial cross-sell, a ser explorado	Alto potencial cross-sell, a ser explorado	Alto potencial cross-sell, a ser explorado
Life VIVARA	Alto potencial cross-sell, a ser explorado	Alto potencial cross-sell, a ser explorado	Alto potencial cross-sell, a ser explorado	Alto potencial cross-sell, a ser explorado	Alto potencial cross-sell, a ser explorado	Alto potencial cross-sell, a ser explorado
VIVARA WATCHES	Alto potencial cross-sell, a ser explorado	Alto potencial cross-sell, a ser explorado	Alto potencial cross-sell, a ser explorado	Alto potencial cross-sell, a ser explorado	Alto potencial cross-sell, a ser explorado	Alto potencial cross-sell, a ser explorado

...para uma ampla (e crescente) base de clientes ao longo de todas as etapas de suas vidas

Percepção de “**MARCA PARA A VIDA**”

O Portfólio de Vivara e Life abrange todas as etapas da vida do cliente, desde o nascimento até a idade adulta – tornando cada momento único e especial

Nascimento



Infantil



Adolescência



Casamento



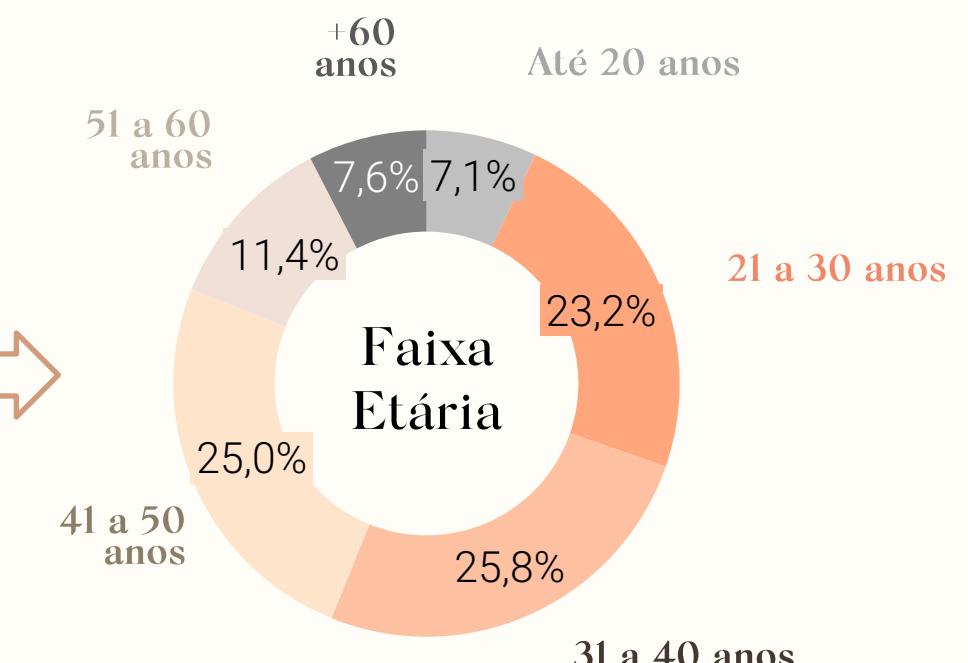
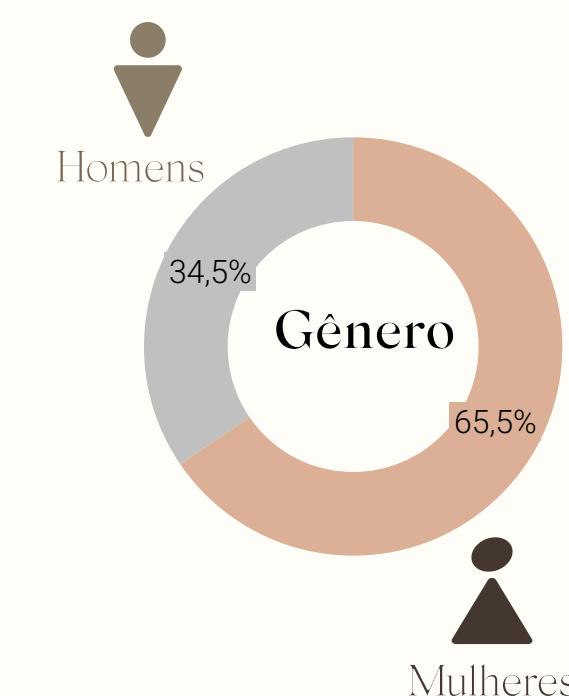
Adulto



Ampla Base de Clientes

Classe Social

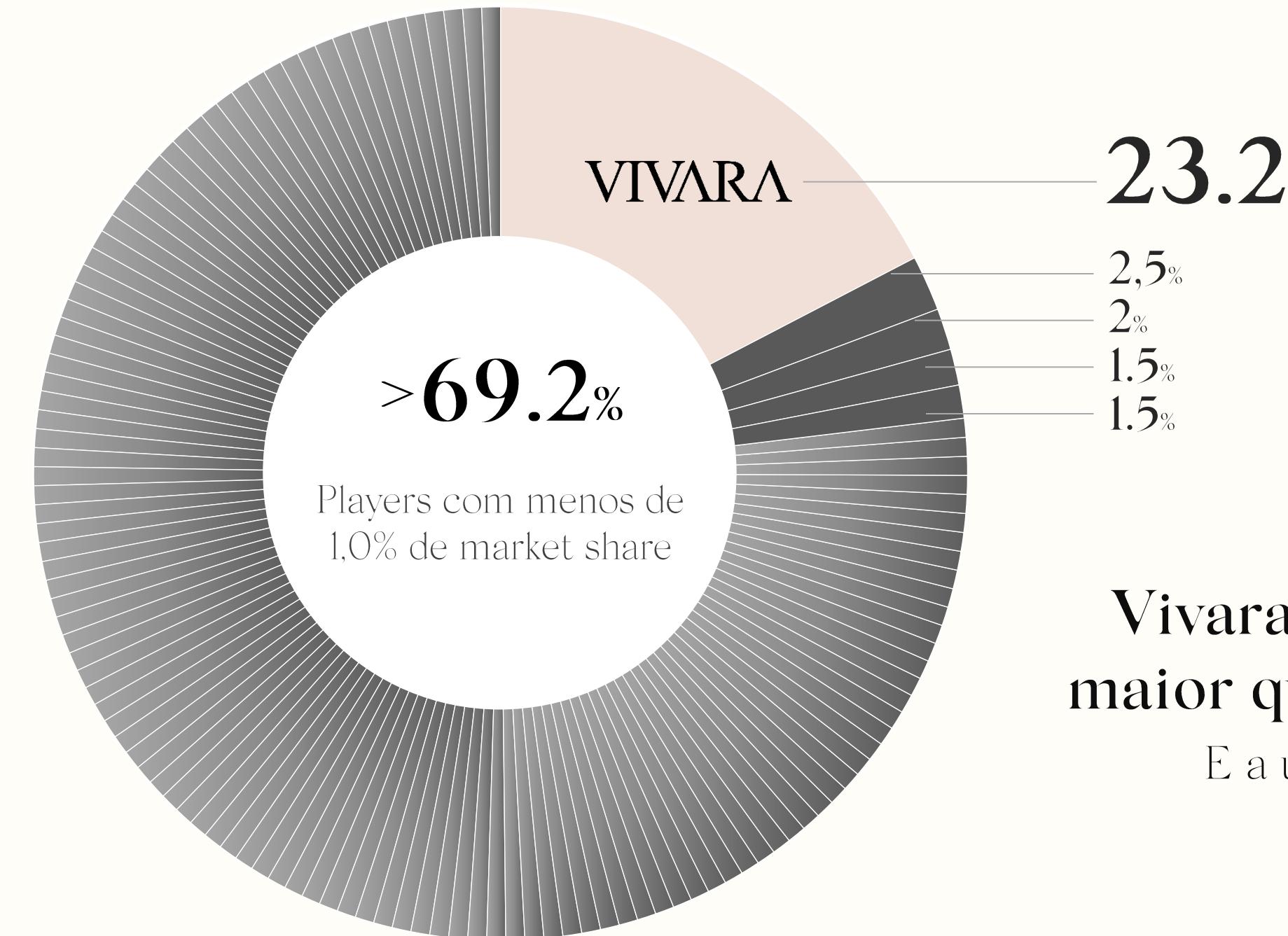
A B C



2.3 Milhões de Clientes Ativos

(+9,7% vs jun/24)

Navegamos em um **mercado pulverizado** contando com o **benefício da escala**



Grande número de players,
Com baixa relevância
de participação no mercado

Vivara é múltipla vezes maior que outros players
E a única Companhia listada

TRACK RECORD

+60 anos no segmento: de empresa familiar à Companhia Listada

1962

1992



1993
2018

Criação da reputação

Desenvolvimento do Know-how



2019
Até hoje



Ganhos de escala + marca
gera um novo
paradigma de mercado

Expansão
& inovação

VIVARA

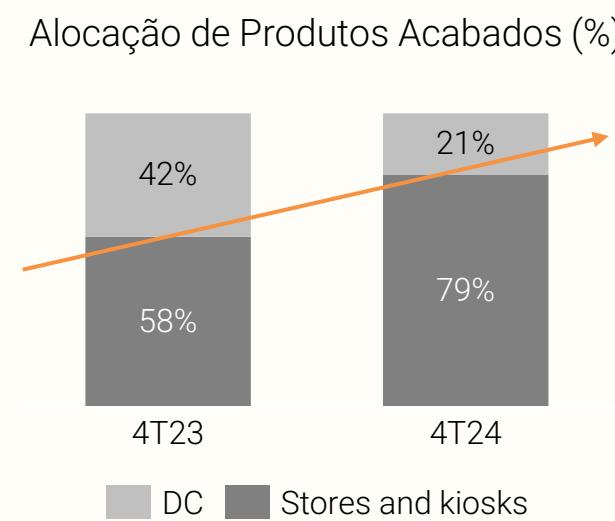


Aonde estamos
agora?

O ano de 2024 foi focado em eficiência de SG&A, alocação de estoque em lojas e benefícios fiscais ...

17.3%
crescimento de Receita
Bruta

Maior (e melhor) alocação de estoque em loja impulsionou aumento de SSS



Margem EBITDA Ajustada
Bases comparáveis +207 bps

Margem Líquida +479 bps

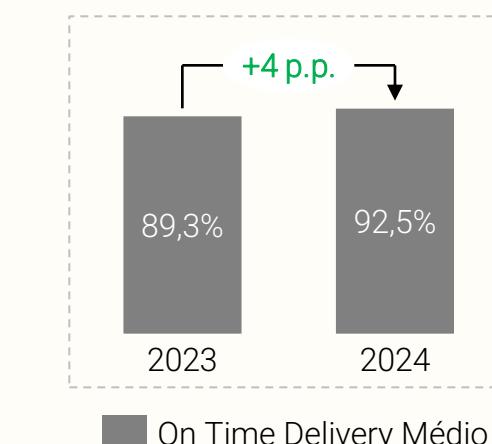
Ganhos de rentabilidade após revisão da estrutura, otimização de processos e melhor gestão tributária

- ✓ Redimensionamento HC Corporativo
- ✓ Centralização de Compras & renegociação contratos
- ✓ Revisão de investimentos em marketing de eventos
- ✓ Correção do comissionamento Lojas LIFE (outliers)

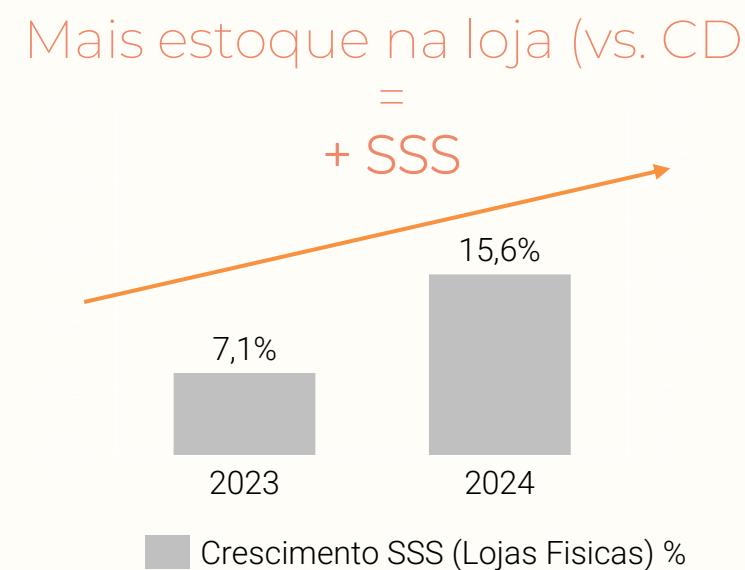
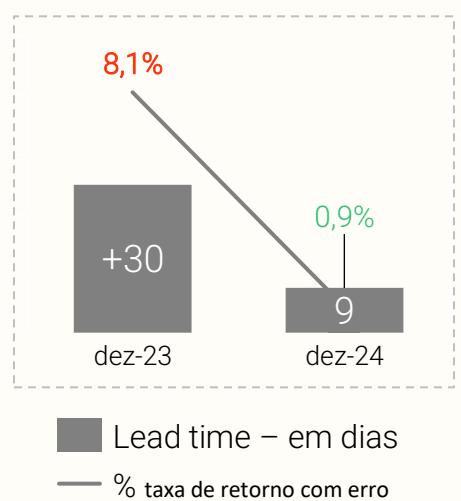
+6p.p.
crescimento de NPS

Time reforçado e processos revisitados:
cliente melhor atendido

Logística:
% entregas ECO on-time

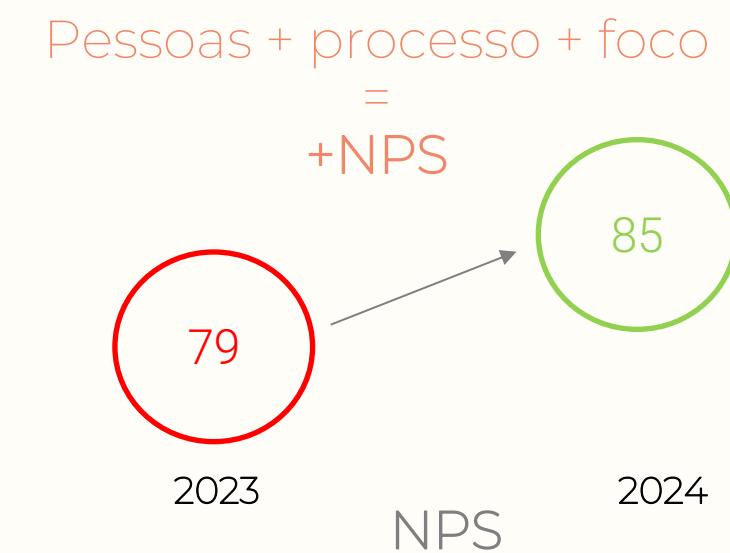


SAC
Tempo médio de espera & NPS SAC



Estrutura otimizada + visão tributária =
+ rentabilidade

Ano com Maior Margem EBITDA Ajustado e Margem Líquida na história da Companhia



Em 2025, foco na produtividade industrial, assertividade na alocação de estoque e inovação

Fábrica



- Contínua nacionalização da produção de produtos Life.
 - Melhorar produtividade na fábrica de prata, reduzindo HE e suportando o plano de expansão de lojas Life (redução do custo de oportunidade em loja)
-

Estoque



- Início da jornada de otimização da alocação de capital (redução de dias de estoques)
 - Renovar portfolio de produtos Life (maior % de novas coleções)
-

Nível de Serviço



- Otimizar treinamento do time de vendas para maximizar conversão
 - Melhora nos níveis de serviços e NPS
-

Inovação e Expansão



- Lançamento das novas linhas de Moments e diligente precificação
 - Aumentar share de prata-ouro (DUO) e diamantes de laboratório
 - Tech: novo Sistema PDV, APP Vivara e nova versão do website.
 - Abertura de 40 a 50 lojas em 2025
-

Eficiência Operacional



- Otimização de malha logística e gestão tributária com novo CD no ES.
- Maximizar Investimentos de CAPEX e gastos com aluguel.



Como vemos
o futuro?

Avenidas de crescimento potenciais



Abertura de lojas: Penetração no parque de shoppings do Brasil

EM ANDAMENTO | Foco e prioridade



Novas Geografias: Expansão Internacional

FASE EXPLORATÓRIA | O próximo capítulo



Explorar a diversificação do modelo de negócio

Categorias & nichos adjacentes: potenciais lojas de rua, categorias complementares, M&As

NÃO INICIADO | Potencial a ser testado no longo prazo

1

Continuar a penetração nos shoppings do Brasil, principalmente por meio de aberturas de lojas Life

Brasil tem mais de 640 shoppings, mas não estamos presentes em mais da metade

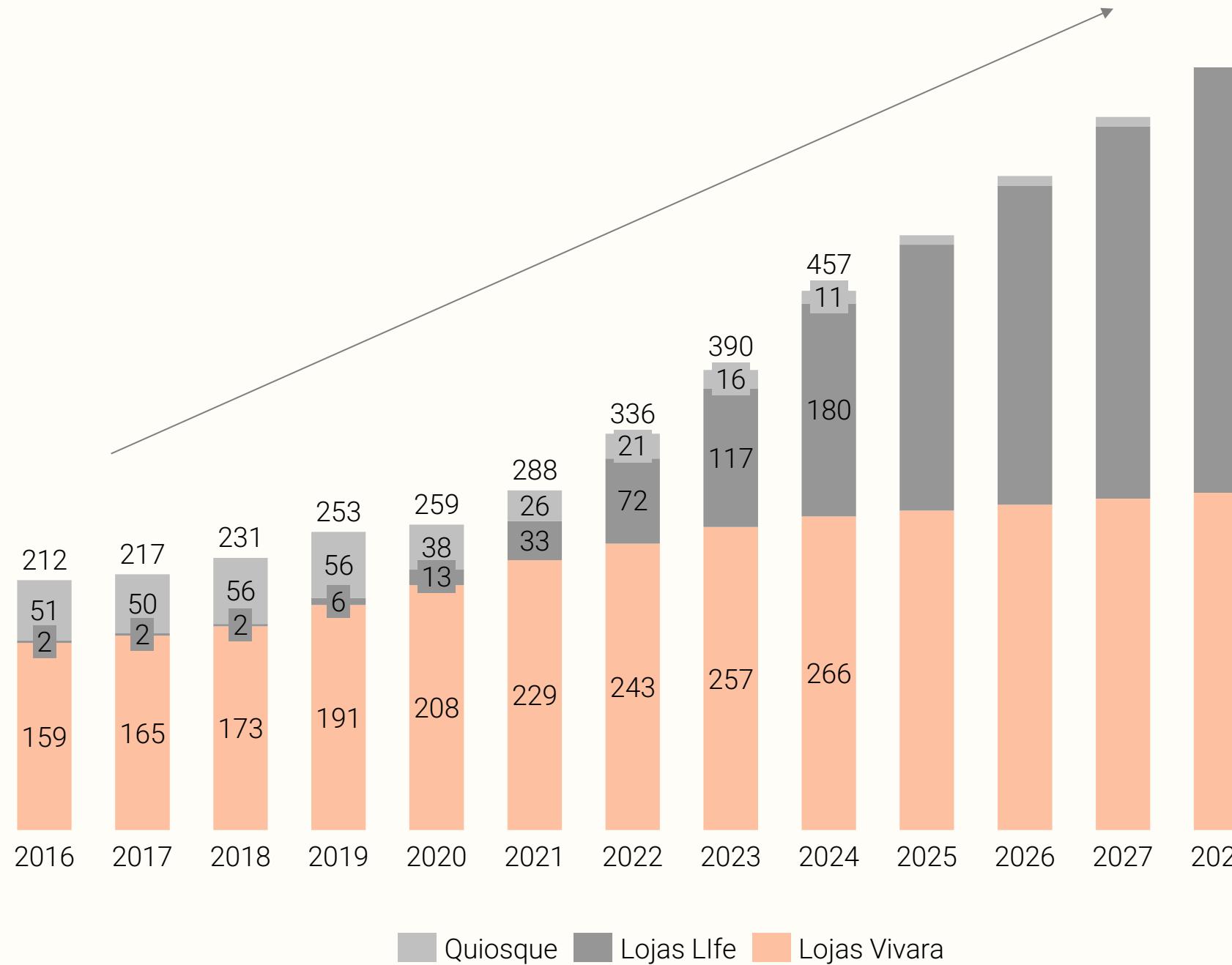
Penetração em Shoppings

$\approx 41\%$

lojas Vivara

$\approx 28\%$

Lojas Life



Nos continuaremos nosso projeto de expansão em shoppings, com maior oportunidade de abertura de lojas Life

O próximo capítulo: expansão internacional, focado em países da América Latina



EXPANSÃO GEOGRÁFICA

Mercado fragmentado, com cenário semelhante ao mercado brasileiro

Mercado com mais de R\$ 20 bilhões (USD 4,2 bilhões)

Falta de um player estruturado de “luxo acessível” para atender o mercado.



Primeira loja Internacional:
PANAMÁ

Por que Panamá?

- Inaugurada no 4T24, com parceria com operador local (“JV model”)
- Projeto piloto para testar processos operacionais sem necessidade de alto investimento

Potenciais oportunidades para explorar: modelos de lojas, categorias e nichos adjacentes

Explorar diferentes
modelos operacionais
de loja

Hoje o modelo de
negócio é baseado
na abertura de lojas
em shoppings



Desenvolver um modelo
“asset light” de loja Life
pode fornecer potencial
**Oportunidade de loja de
rua**

Potencial expansão de portfolio
com foco em todos os clusters
do mercado brasileiro



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 mudanças em aviso prévio.

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

RELAÇÕES COM INVESTIDORES

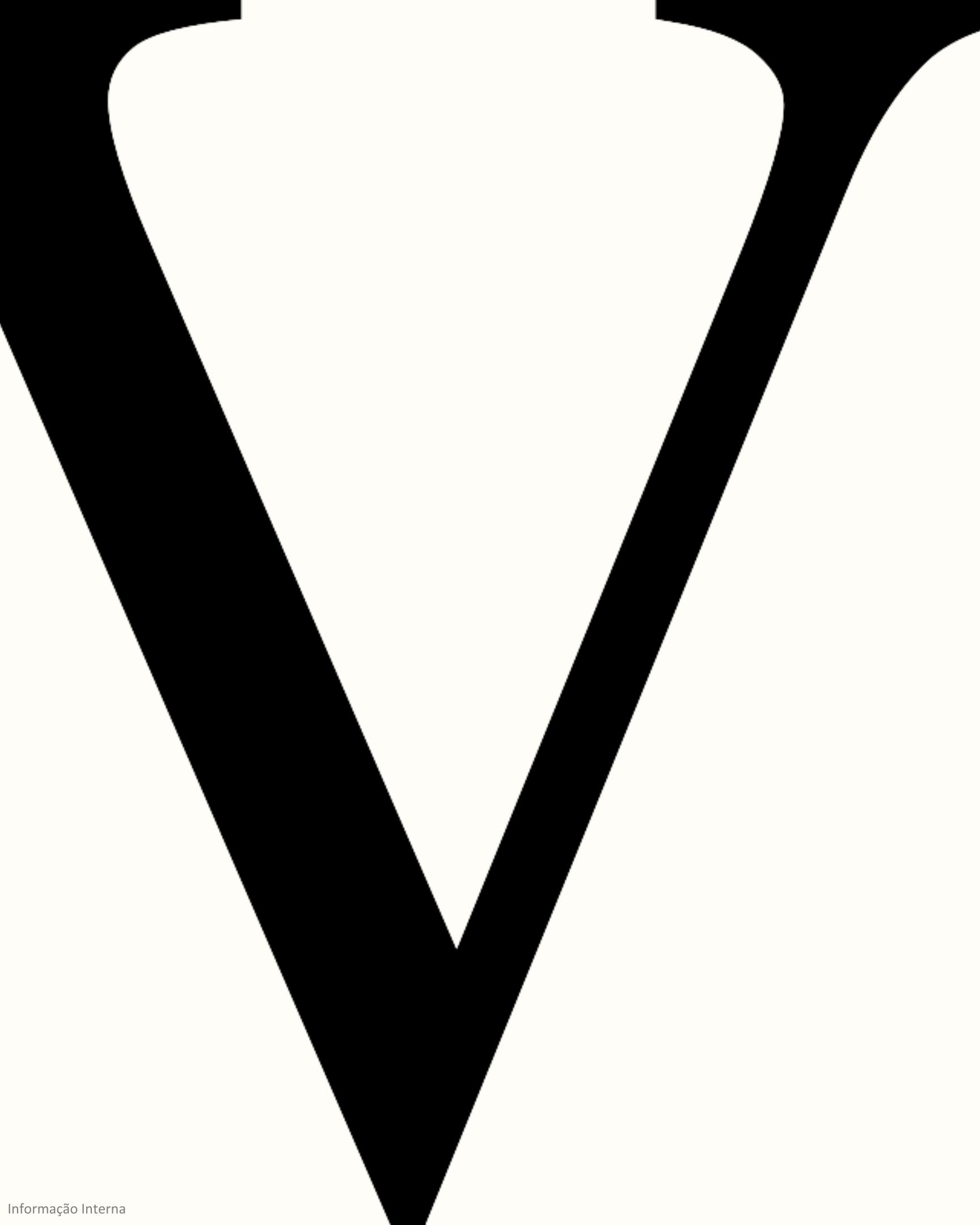
Thiago Borges – CEO

Elias Leal Lima – CFO e DRI

Caio Barbuto – Gerente de RI

Gabriela Luz – Analista de RI

E-mail: ri@vivara.com.br



VIVARA

ri@vivara.com.br
ri.vivara.com.br/em/