



# VIVARA

*Apresentação Institucional*

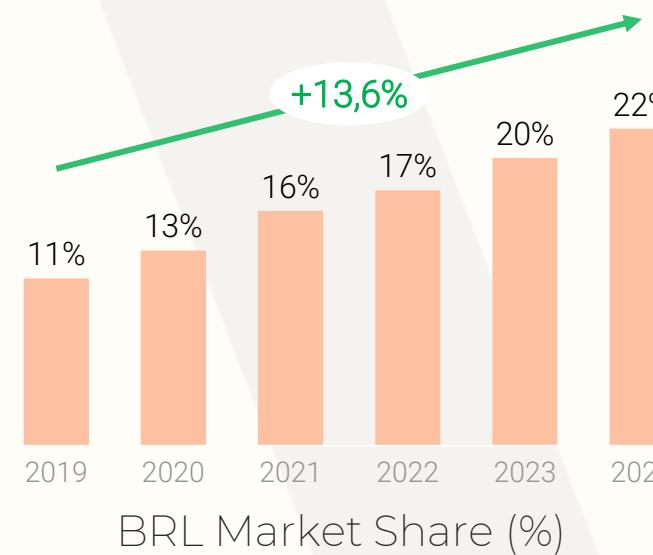


quem  
*somos?*

# VIVARA ONE PAGE

## LÍDER ABSOLUTO & TOP OF MIND

NO MERCADO BRASILEIRO DE JOIAS



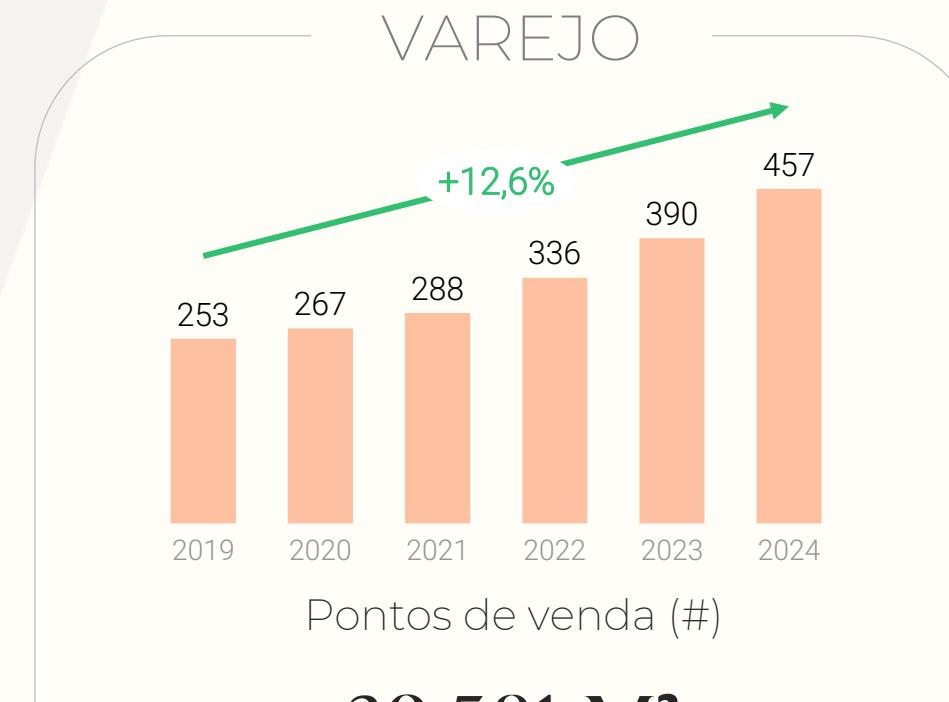
+15 ANOS  
como Top of Mind  
no ramo de joias

## Mercado de Luxo Contemporâneo



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

## OPERAÇÃO ESCALÁVEL & VERTICALIZADA



**39.581 M<sup>2</sup>**

Área de venda <sup>(1)</sup>



**+80%**

Produção Internalizada

**10.000 M<sup>2</sup>**

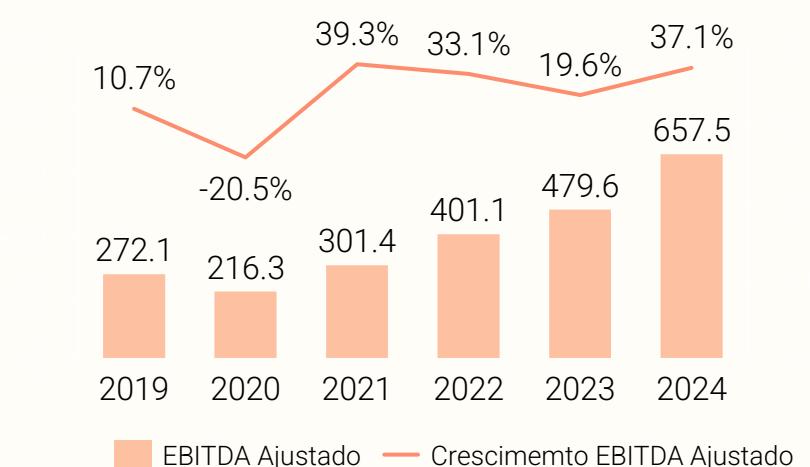
Área industrial construída

## ALTA RENTABILIDADE & SÓLIDOS RETORNOS

Margem  
Bruta  
**+70%**

Margem EBITDA  
& ROIC  
**>20%**

+ Oportunidades  
de Expansão de Rentabilidade



■ EBITDA Ajustado — Crescimento EBITDA Ajustado

# 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

smart **fit** 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

smart **fit**  
AREZZO

Selected experience



Marcus Military  
Diretor de TI

**W** VERGAS  
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

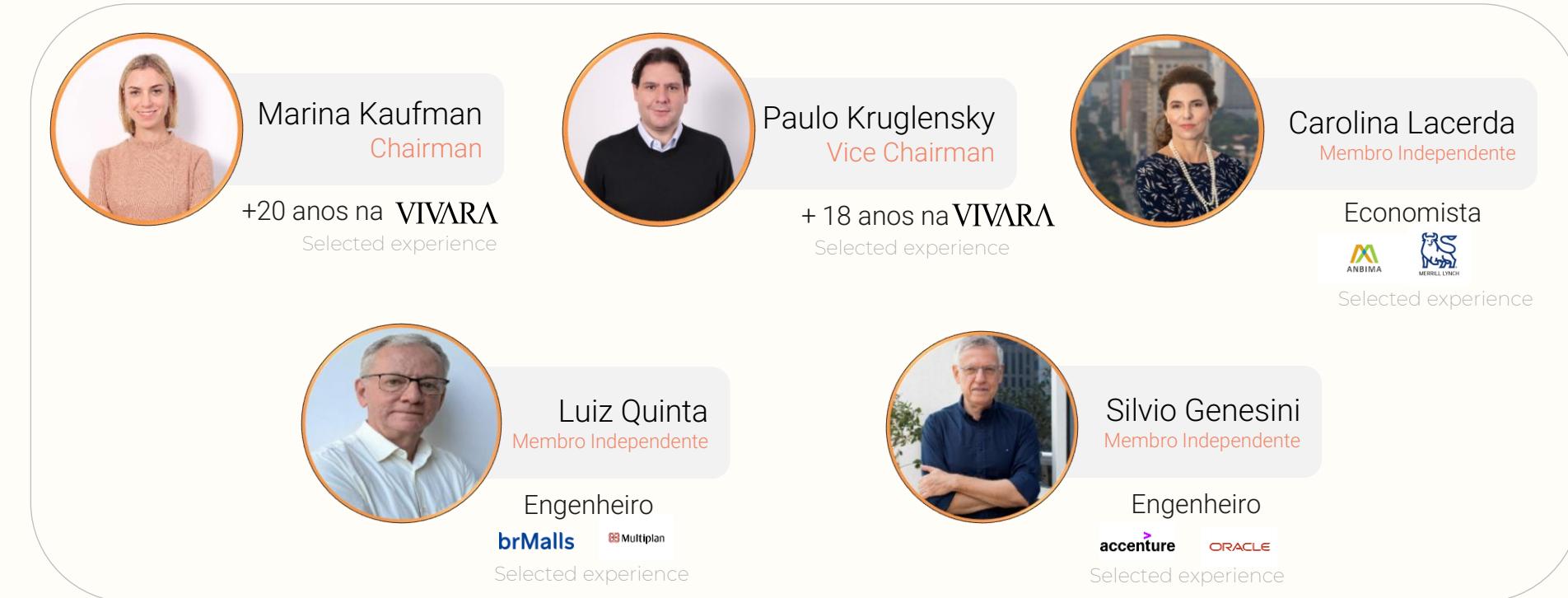
+ 8 anos na VIVARA  
Selected experience

## Target KPIs & Alinhamento



# 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 vendas<sup>1</sup>  
**48%**

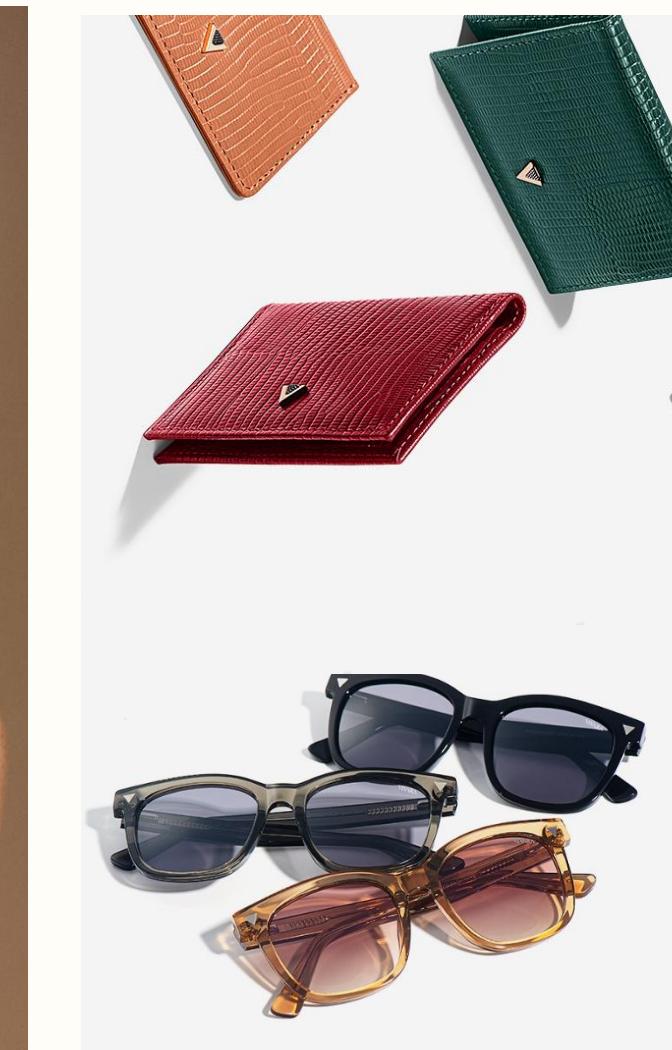
Life  
VIVARA



Portfólio em Prata  
com pedras  
brasileiras

Share de vendas<sup>1</sup>  
**36%**

VIVARA  
ACCESSORIES



Perfumes, acessórios  
em couro, óculos,  
canetas, etc

Share de vendas<sup>1</sup>  
**2%**

VIVARA  
WATCHES



3 Marcas próprias  
+15 marcas de  
terceiros

Share de vendas<sup>1</sup>  
**14%**

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

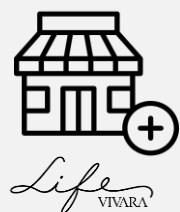


LOJAS VIVARA + QUIOSQUES

214 (2019)  
Area: 17,172m<sup>2</sup>

# Lojas  
**+63**

277 (3T25)  
Area: 24,629m<sup>2</sup>



LOJAS LIFE

20 (2019)  
Area: 283m<sup>2</sup>

# Lojas  
**+177**

197 (3T25)  
Area: 14,952m<sup>2</sup>



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%



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

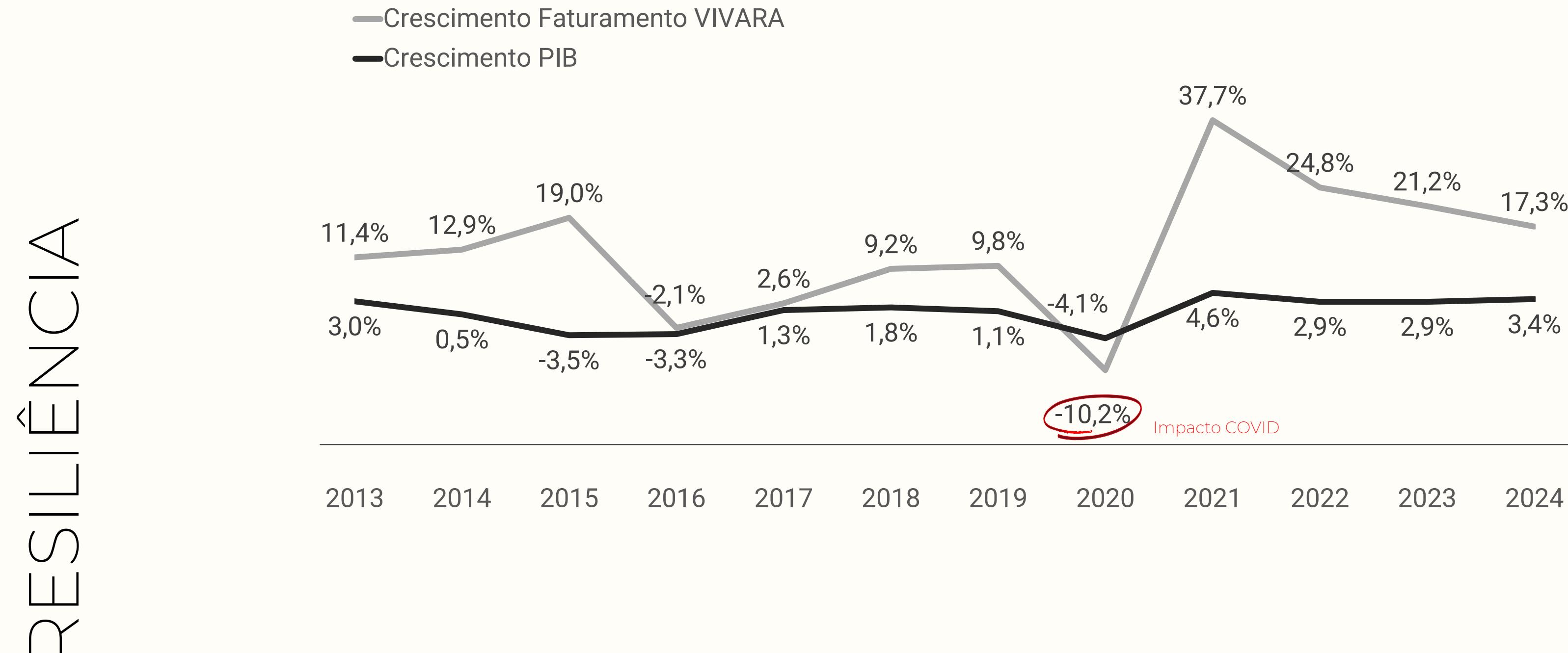
## Mercado

Potencial de consolidação, em um mercado amplamente fragmentado

## Track record

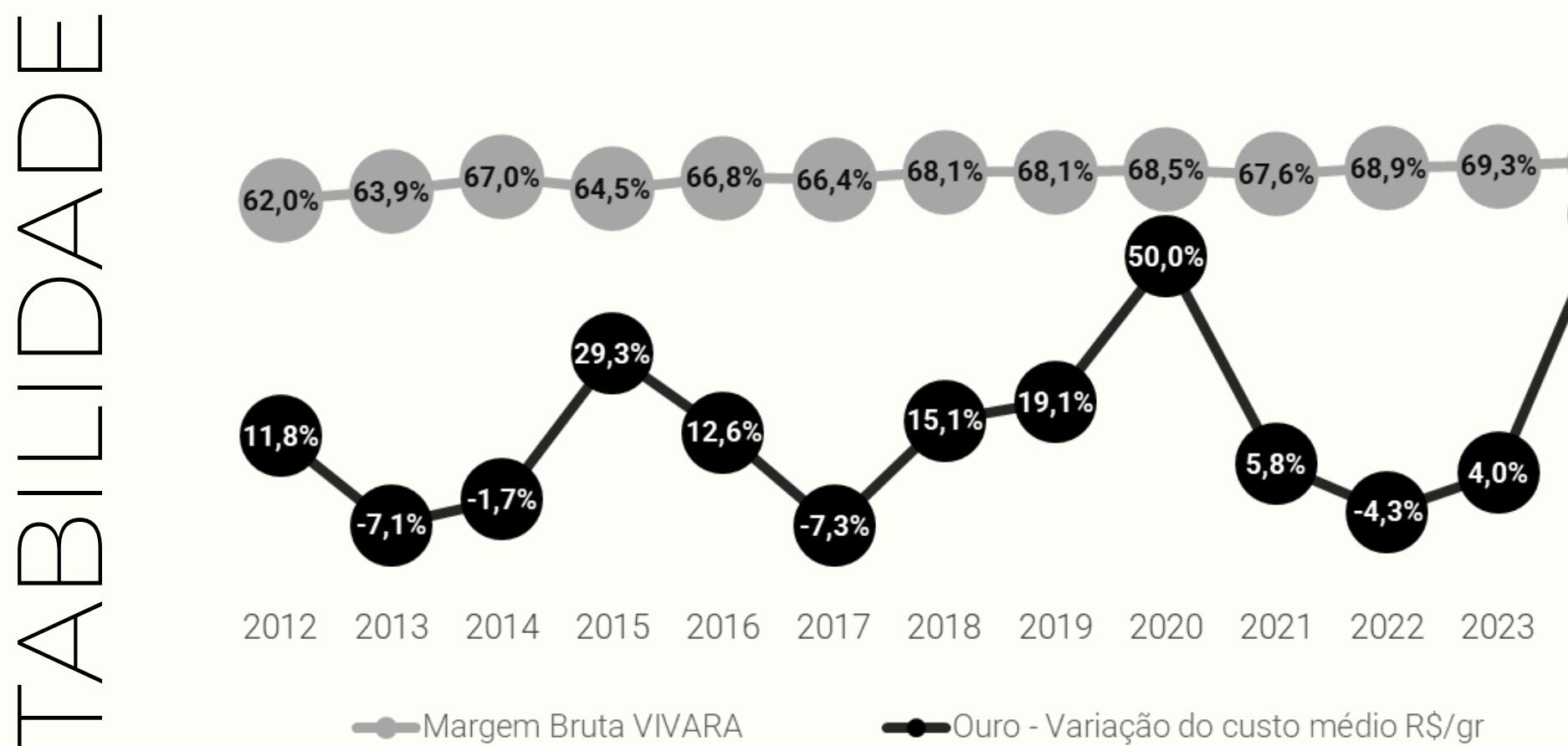
Marca com histórico de mais de 60 anos de execução

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

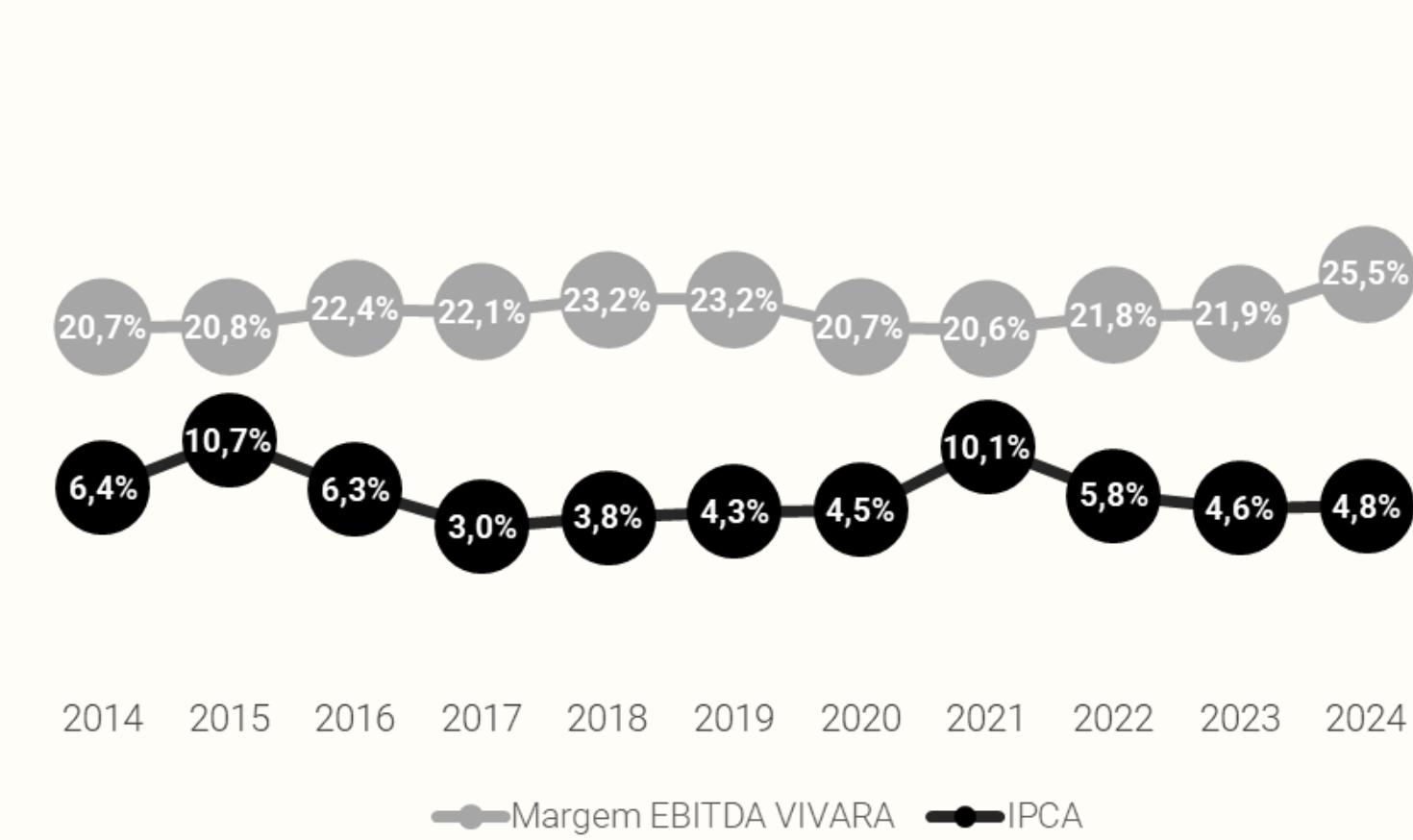


# Preço do ouro não influênciaria na capacidade da Companhia entregar **rentabilidade operacional consistente**

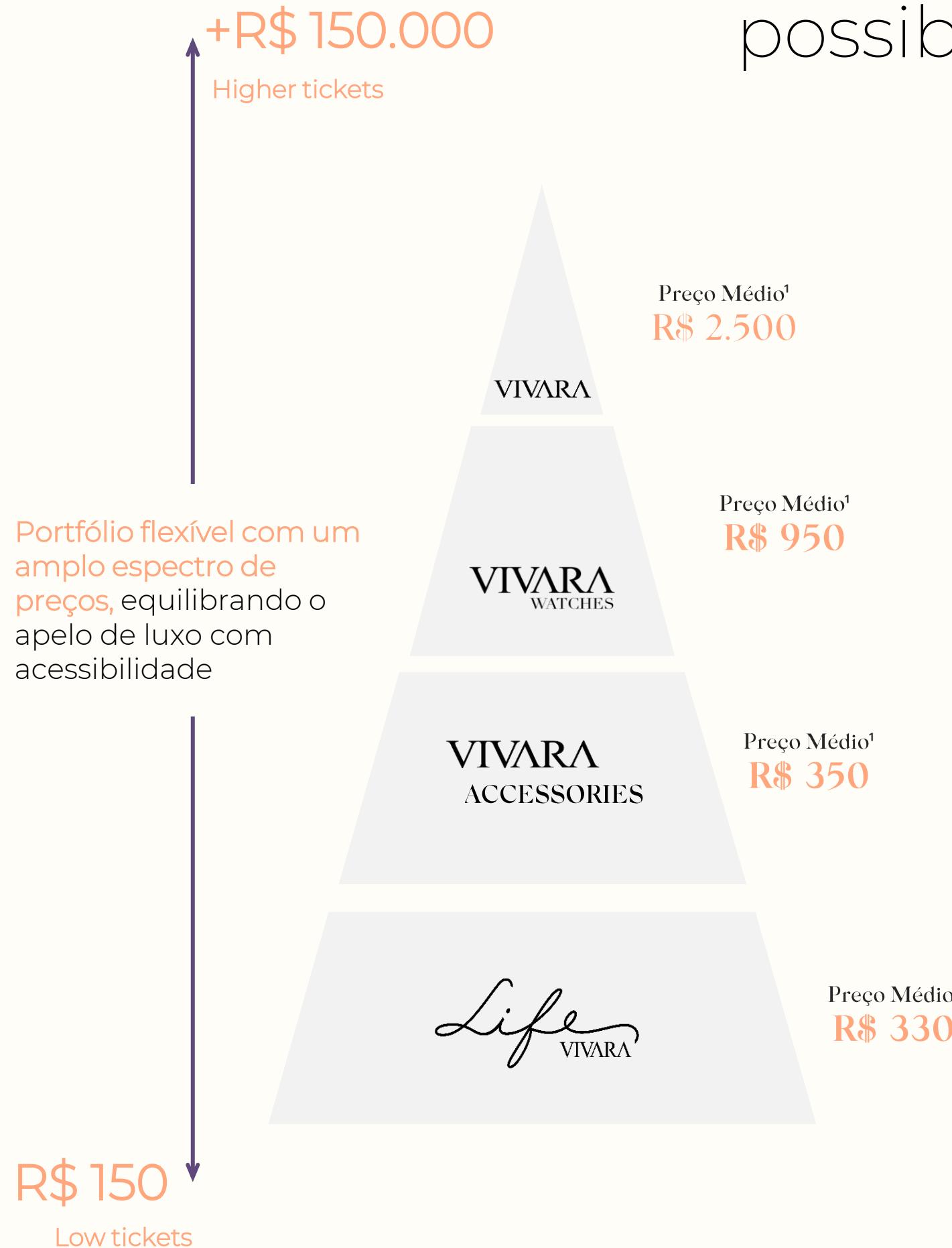
Margem Bruta vs Preço Ouro



Margem EBITDA vs IPCA (inflação)



# POSIÇÃO|NAMENTO



Portfólio flexível com um **amplo espectro de preços**, equilibrando o apelo de luxo com acessibilidade

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



...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



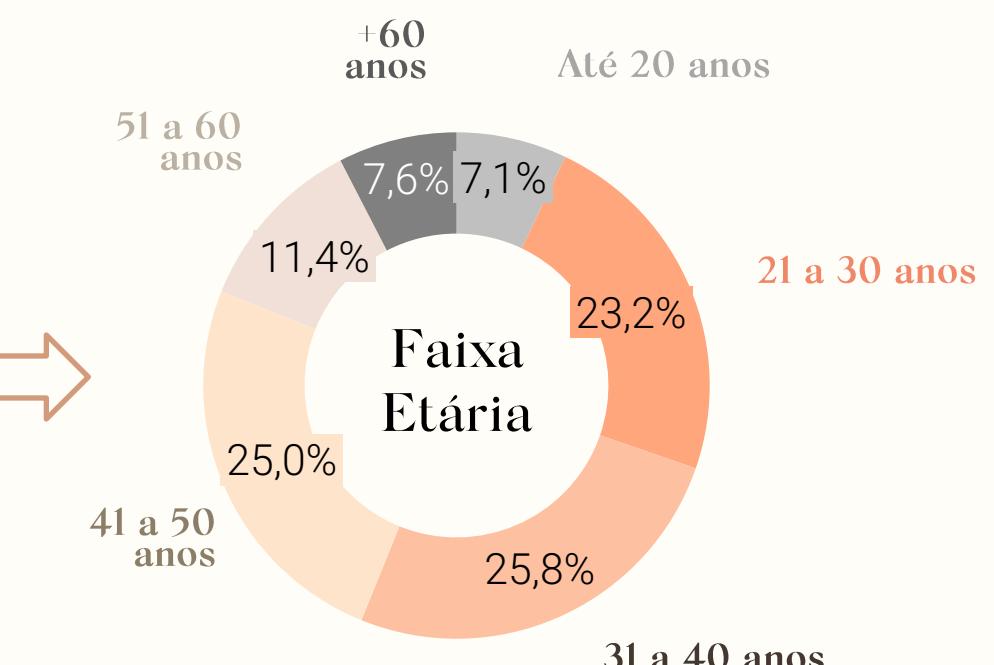
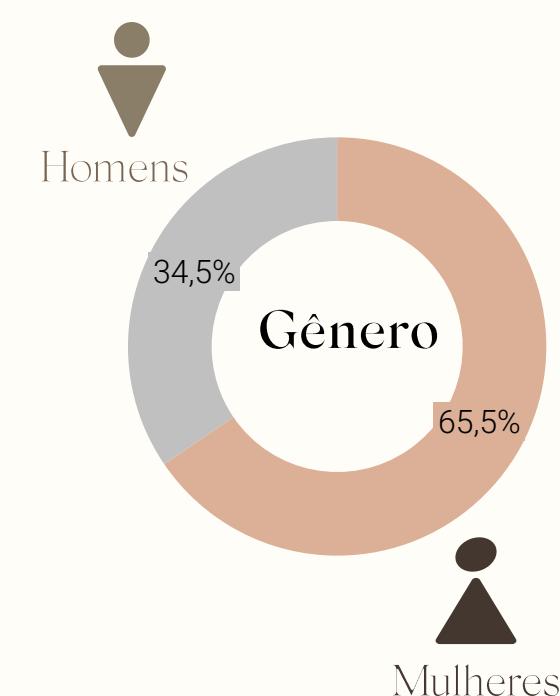
#### Adulto



### Ampla Base de Clientes

Classe Social

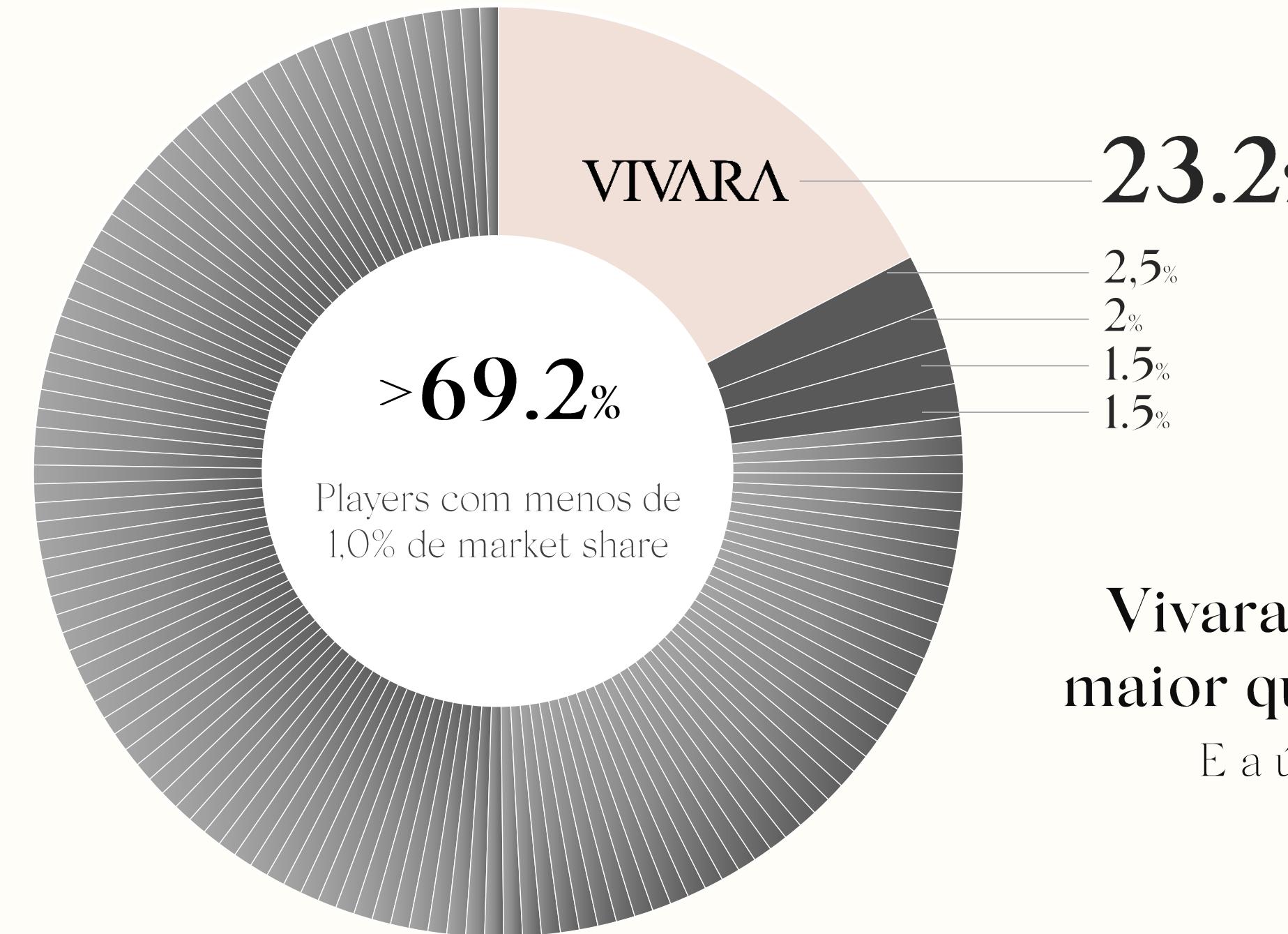
**A    B    C**



**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

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

1962

1992

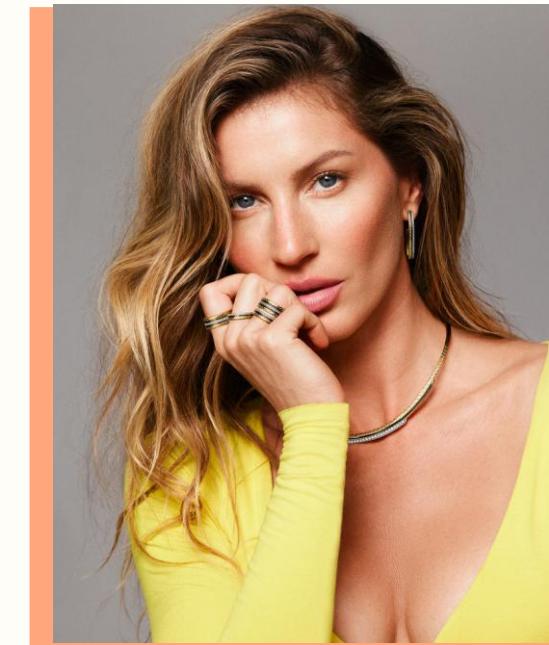


1993

2018

Criação da reputação

Desenvolvimento do Know-how



2019  
Até hoje



Ganhos de escala + marca  
gera um novo  
paradigma de mercado

Expansão  
& inovação

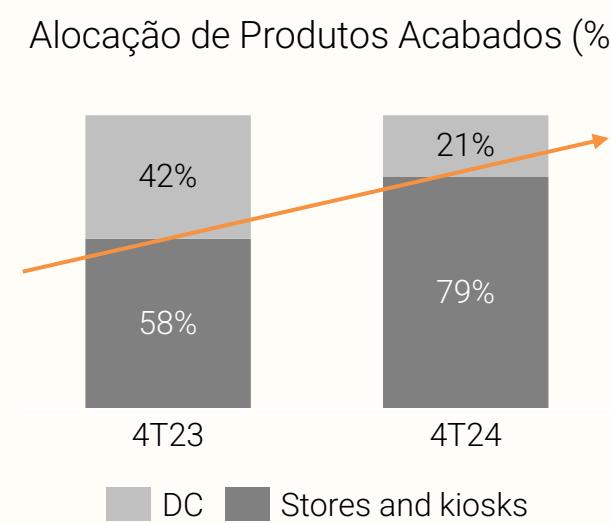


Aonde estamos  
*agora?*

# 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

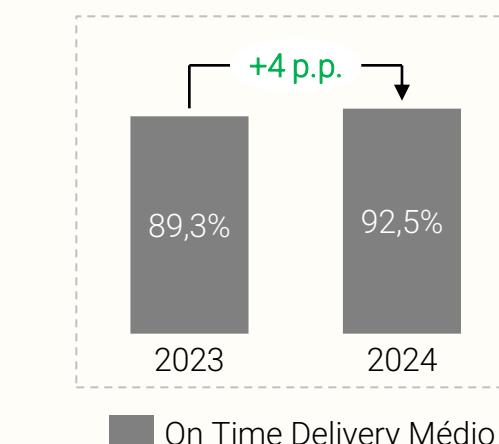
Ganhos de rentabilidade após revisão da estrutura, otimização de processos e melhor gestão tributária

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

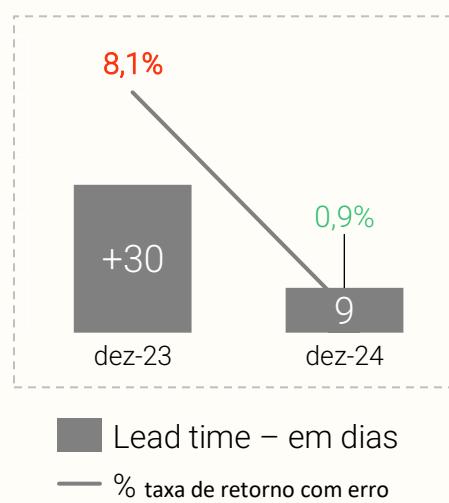
+6p.p.  
crescimento de NPS

Time reforçado e processos revisitados:  
cliente melhor atendido

Logística:  
% entregas ECO on-time

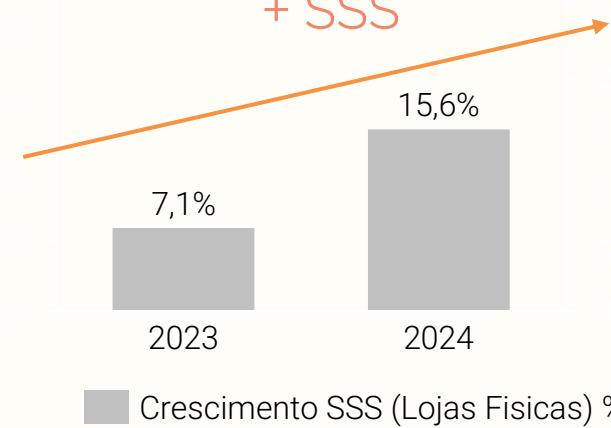


SAC  
Tempo médio de espera & NPS SAC



Mais estoque na loja (vs. CD)

=  
+ SSS



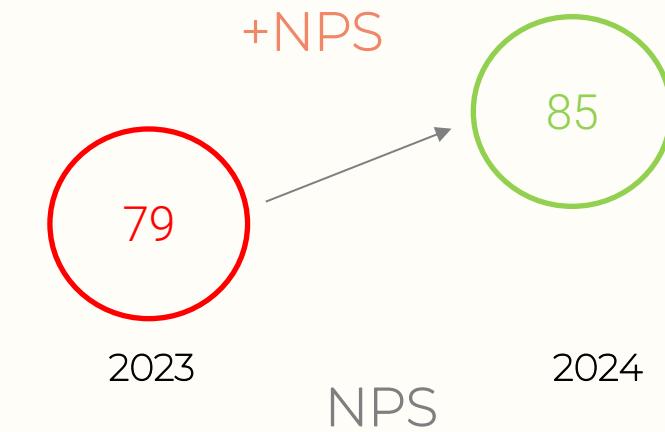
Estrutura otimizada + visão tributária =

+ rentabilidade

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

Pessoas + processo + foco

=  
+NPS



# 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

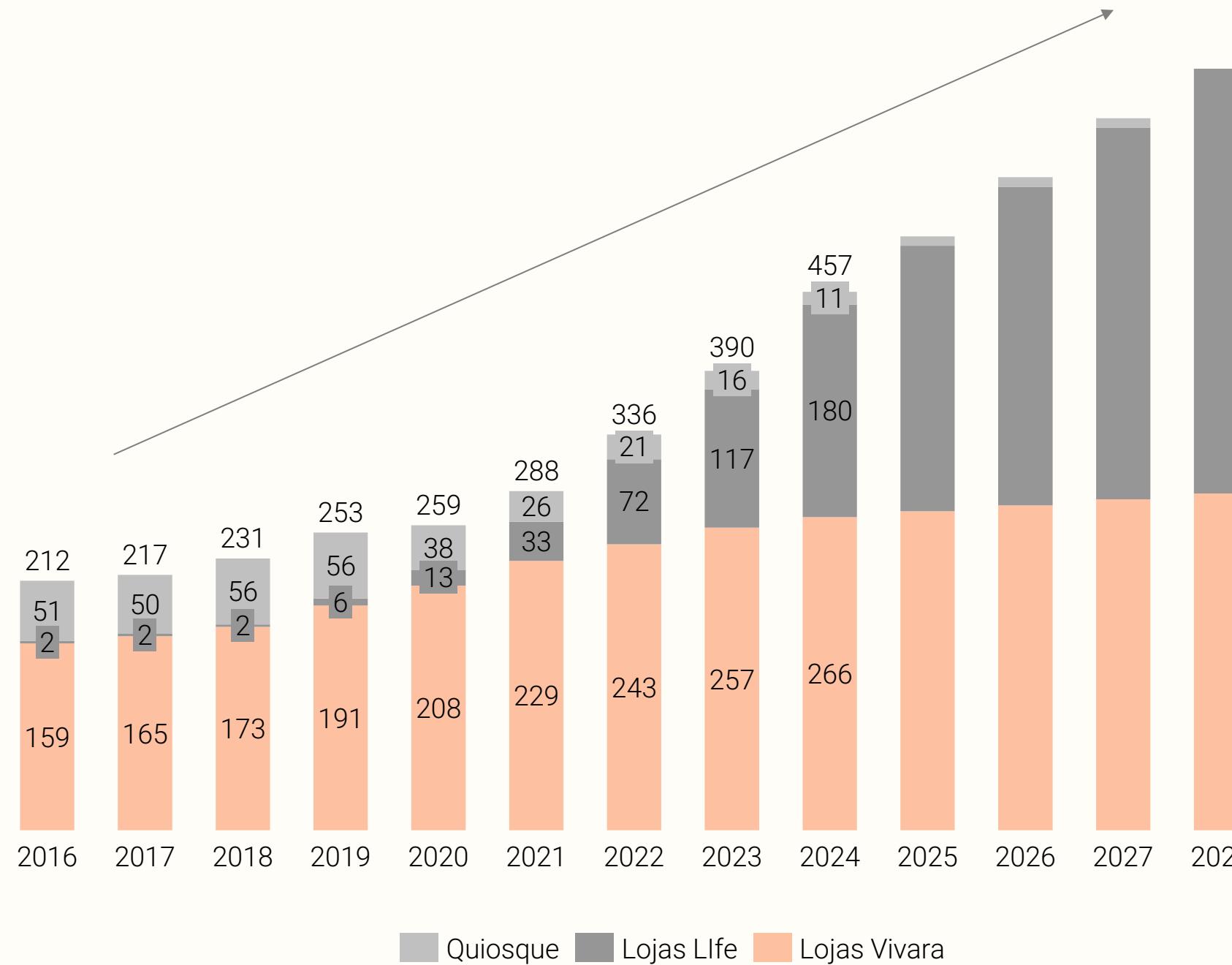
Penetração em Shoppings

$\approx 41\%$

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**

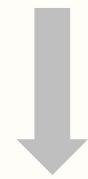
**Por que Panamá?**

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



# VIVARA

[ri@vivara.com.br](mailto:ri@vivara.com.br)  
[ri.vivara.com.br/em/](http://ri.vivara.com.br/em/)