

APRESENTAÇÃO INSTITUCIONAL

JANEIRO/2023

marisa



#CHEGAMAIS

marisa

DESTAQUES DOS 9M22

marisa



- SSS positivo, reflexo da ótima aceitação das novas coleções nos 9M, apesar da desaceleração no 3T22 (efeitos climáticos e arrefecimento da demanda);
- Ganho expressivo na margem bruta beneficiado pelo avanço na estratégia iniciada em 2021 de melhoria e preservação das margens dos produtos;
- Nível de estoques em linha com meta da Companhia;
- Ganhos de eficiência importantes no SG&A devido às medidas de *cost-savings* adotadas;
- NPS consistente – próximo aos 77%;
- Impacto de PDD no Mbank – com pico no 2T22 e resquício do impacto até meados de agosto.

Pilares de Crescimento

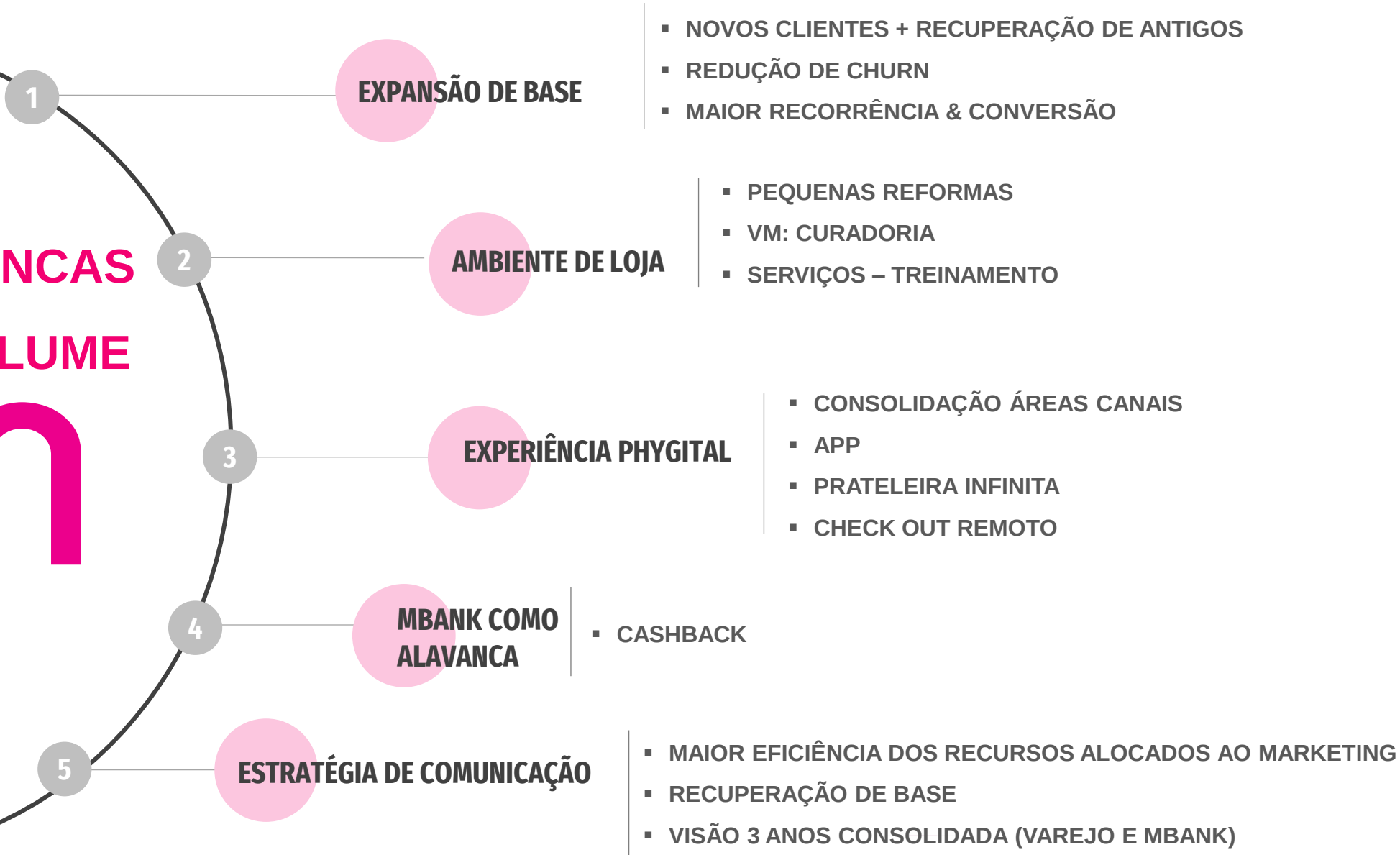
marisa

Medidas de **baixo custo** para acelerar o **ganho de produtividade** na operação do varejo que devem refletir nos resultados de **curto + longo prazo**

Lojas	Logística	Produto	Financeiro	Volume/Vendas
<i>Adequação do parque de lojas visando aumento de eficiência sustentável</i>	<i>Melhoria da malha logística visando melhor serviço e proximidade às clientes</i>	<i>Continuidade no Projeto Proposta de Valor Comercial melhorando consistência e controles</i>	<i>Continuidade de medidas já sendo praticadas de eficiência de custos/despesas Ações de reforço de caixa</i>	<i>Uso mais assertivo de alavancas para aumento de fluxo, conversão e vendas de peças/m²</i>

Alavancas de Volume de Vendas (Varejo)

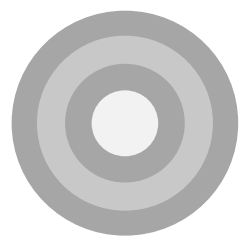
ALAVANCAS
DE VOLUME



Plano de eficiência do parque de lojas

marisa

OBJETIVO



Otimizar a receita por metro quadrado com a revitalização do nosso parque de lojas através de pequenos ajustes que demandam **baixo investimento** com potencial de atingir o maior número de lojas possíveis

CURTO PRAZO

- Renegociação com empreendedoras
- Adequação de formato com pequenas reformas para eliminar ineficiências (ex: espaço e equipamentos ociosos)
- Reavaliação de locais com baixo crescimento
- Melhorias em fachada, iluminação, VM, PDV, integração caixa-cartão

LONGO PRAZO (2023 - FUTURO)

- Reformas maiores
- Estudo do formato Marisa Lingerie
- Potenciais aberturas em pontos com alto potencial de crescimento/fluxo (Shoppings)

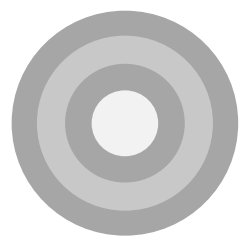
GANHOS

- *Redução de ineficiências e melhor aproveitamento de espaço*
- *Aumento em receita/m2*
- *Redução custos operacionais*
- *Entrada em mercados com maior potencial de crescimento*

Otimização da malha logística

marisa

OBJETIVO



Otimizar a malha logística do e-commerce, buscando o equilíbrio entre eficiência, nível de serviço, proximidade das nossas clientes e suportar o crescimento da empresa para os próximos anos.

CURTO PRAZO

- Migrar estoque CD Navegantes para CD Itaquaquecetuba
- Adequar CD Navegantes para nova capacidade
- Redefinição da estratégia Dark Store Brasil

LONGO PRAZO (2023 - FUTURO)

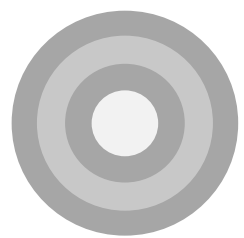
- Transferência completa CD Navegantes para SP
- Abertura novas Dark Stores
- Expansão capacidade de Itaquaquecetuba
- CD semiautomatizado
- Implantação RFID

GANHOS

- Redução despesa de Frete digital
- Redução despesa de Ocupação
- Redução no ciclo do pedido
- Integração do estoque físico e digital
- Hubs para abastecer lojas da região
- Melhora da acuracidade de estoque/alocação

Continuidade da Proposta de Valor Comercial marisa

OBJETIVO



Aprimorar através de novas iniciativas a Transformação Comercial iniciada em 2021 cujo objetivo era adequação de *sourcing*, abastecimento, estilo, **produto**. Em 2022, adequamos a pirâmide de preço para dar maior clareza do nosso posicionamento e aprimorar o modelo de **abastecimento** inserindo maiores controles.

CURTO PRAZO

- Feminino: Implementação em loja de toda revisão de estilo, posicionamento, construção de preços
- *Rollout* para demais categorias (masculino, infantil, etc.)
- Clusterização
- Ferramentas de plano de sortimento e controle

GANHOS

- *Melhorias de disponibilidade*
- *Redução de ruptura*
- *Maior controle, visibilidade e continuidade*
- *Consistência na estrutura de coleção e distribuição de preços*

QUEM SOMOS

Perfil Corporativo

“A Plataforma da Mulher Brasileira”

Mais de 70 anos de história de relação de cumplicidade e intimidade com a mulher brasileira

marisa



MARCA

Popularmente reconhecida como de “Mulher para Mulher”

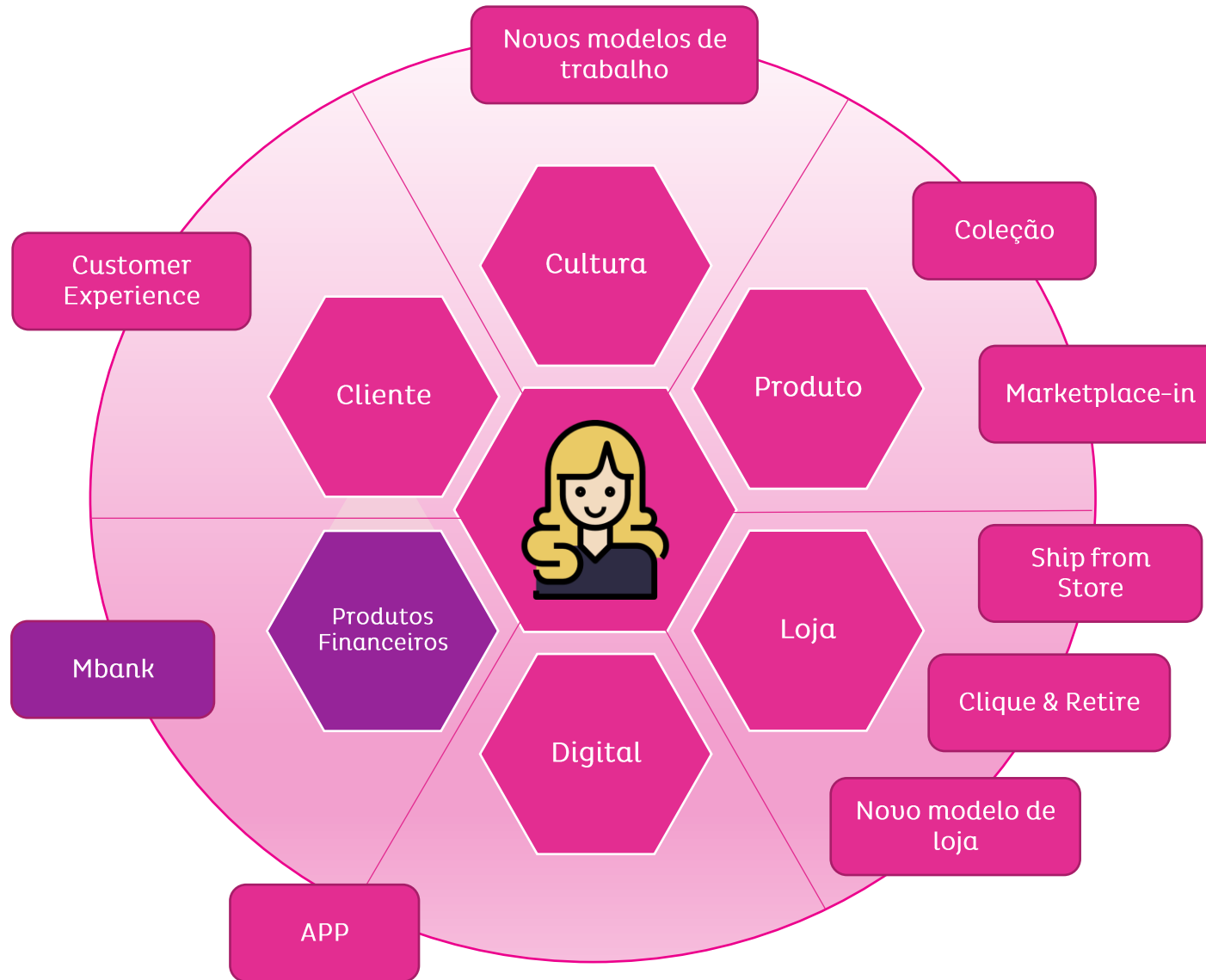
OMNISCANALIDADE

Lojas físicas com *footprint* robusto + Plataforma Digital integrada

PRODUTOS FINANCEIROS

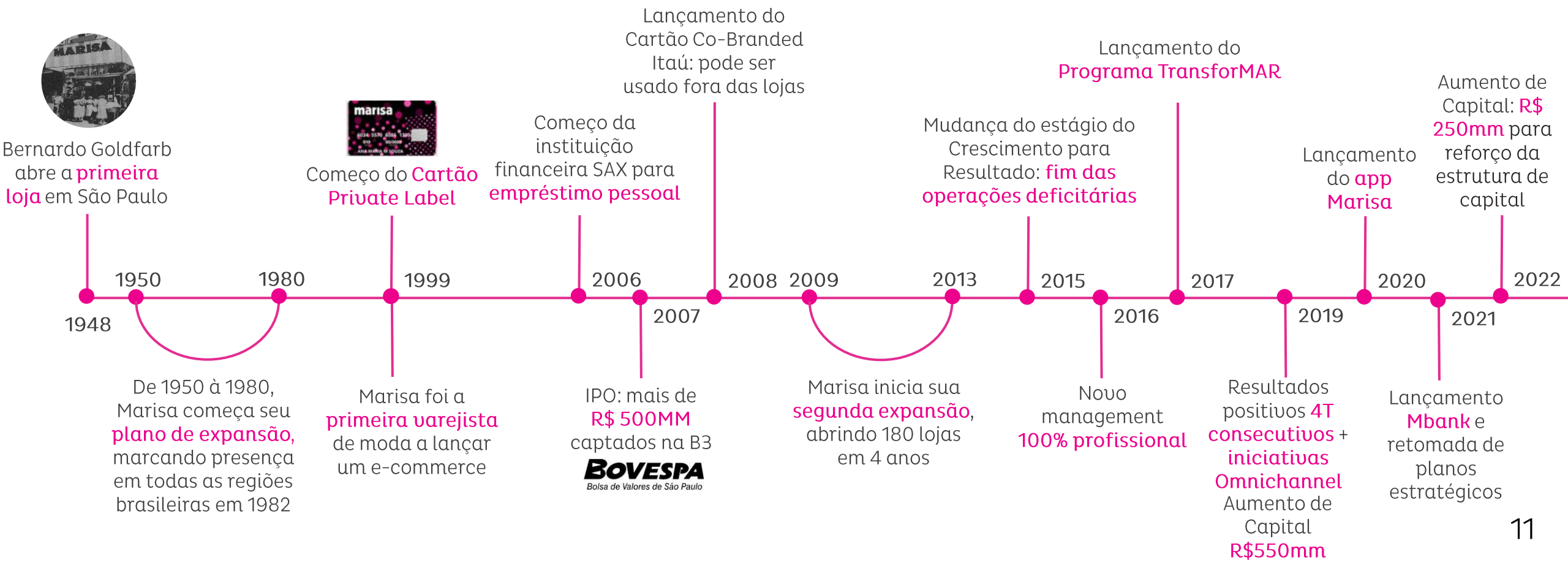
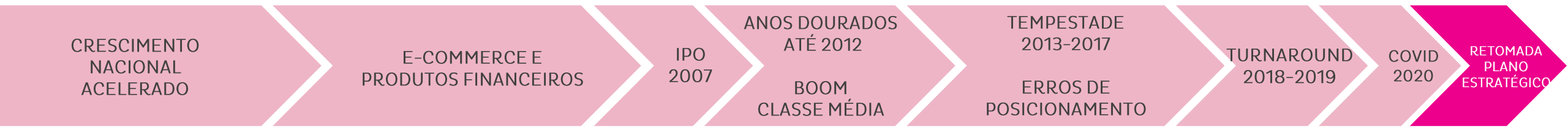
+20 anos de expertise atendendo às necessidades da mulher + Plataforma integrada ao mundo digital e físico 9

A Plataforma da Mulher Brasileira



Mais de 70 anos de história

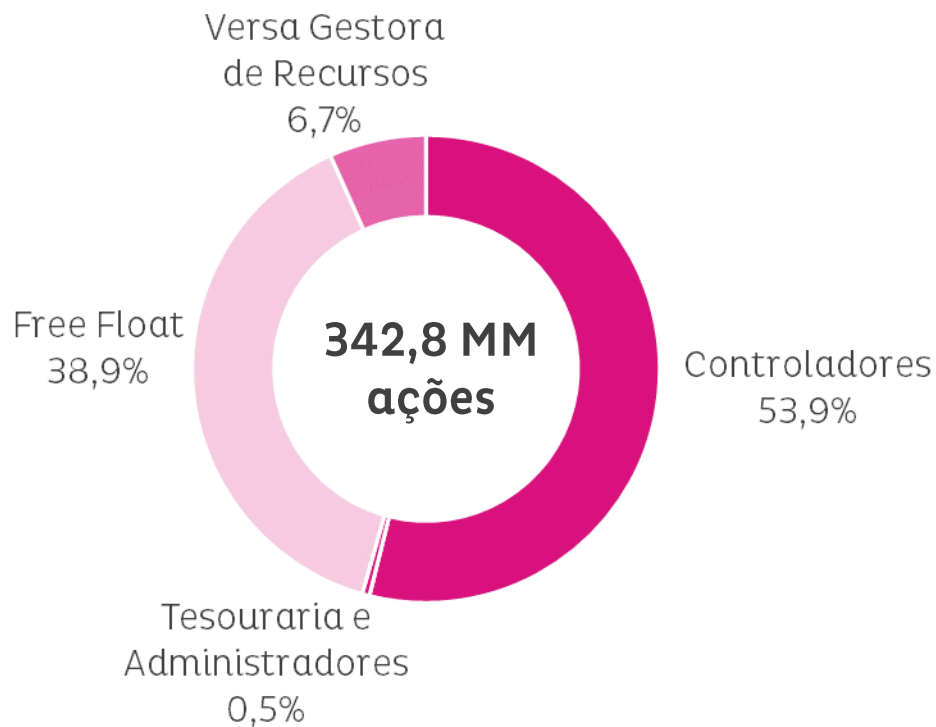
marisa



Perfil Corporativo

marisa

Composição Acionária AMAR3



Listada no **Novo Mercado** (nível mais elevado de governança corporativa)

- 100% ações ordinárias
- Direito de *tag-along*
- Mínimo 25% de *free float*
- 66% de conselheiros independentes

Gestão **100% profissional**

Plano de **Stock Option** para os administradores

Data base: 31/12/2022



Índice de
Ações com Governança
Corporativa Diferenciada

IGCX

Índice de
Ações com Tag Along
Diferenciado

ITAG

Índice de
Ações com Governança
Corporativa Diferenciada

IGNM

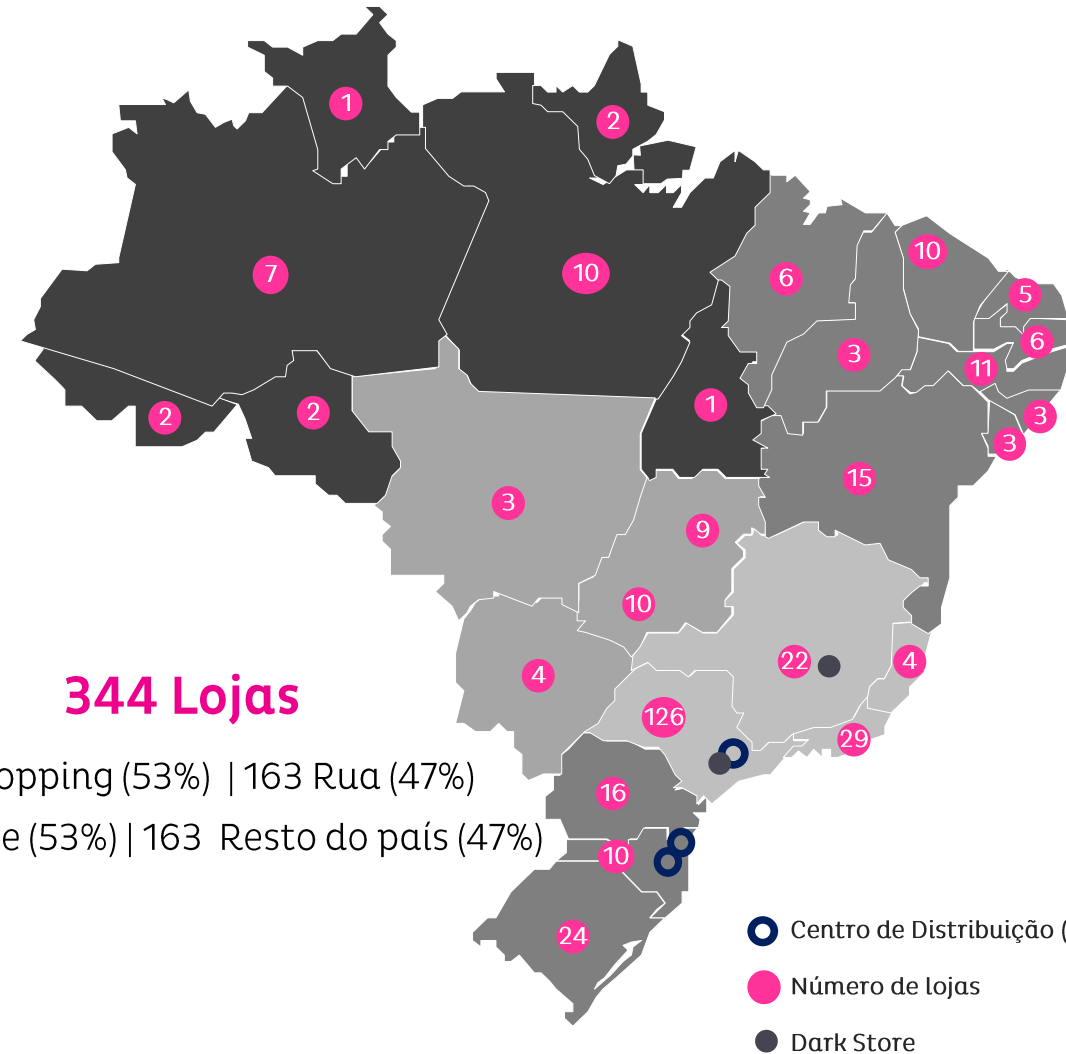
IBRX100 B3

Footprint nacional

3 Centros de Distribuição estrategicamente localizados em SP e SC

2 Dark Stores – SP e MG

Ship-from-store em 62 lojas



Destques Operacionais e Financeiros*

344 lojas

~380k m² área de vendas
Lojas de ~1.000m²

NPS ~76,6%

~7,4% vendas digitais

APP > 17,5MM downloads (Set/22)
> 67,3% venda digitais

Receita Líquida
R\$ 2,8bi

marisa

R\$ 2,2 bi



R\$ 566,1MM

EBITDA
(R\$ 5,5MM)

marisa

(R\$ 23,1MM)



R\$ 17,6MM

CAPEX R\$ 79,4 MM

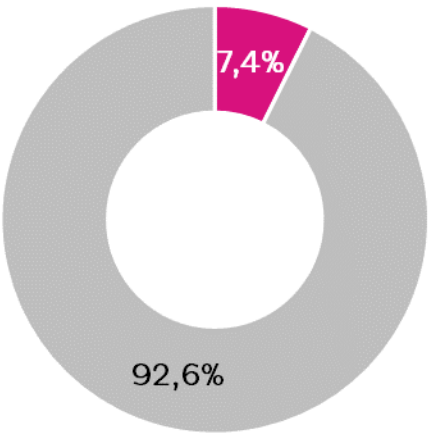
Dívida Líq Aj R\$ 566,1 MM **

Carteira
Recebíveis

R\$ 752,5 MM

Participação por Canal na Receita

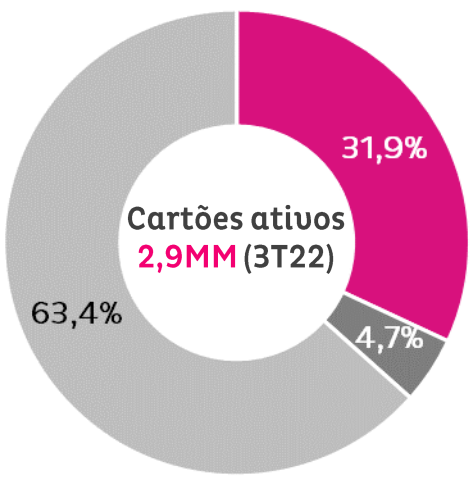
■ Digital ■ Lojas Físicas



Base mais estável após **crescimento acelerado** do Digital durante a pandemia

Meios de pagamento

■ Private Label ■ Co-Branded ■ Others



Cartões Marisa representam **mais de 36% das vendas**

***RECAP DO PASSADO MAIS
RECENTE:
LEGADOS IMPORTANTES DA
PANDEMIA***

RECAP PRÉ-PANDEMIA

DURANTE 2019, ALCANÇAMOS GRANDES RESULTADOS...



**Sucesso do
Turnaround**



**Sucessão de Resultados
Positivos**



**Captação
de Recursos**



**Reconhecimento
do Mercado**

**Projeto Rightsizing
Eficiência em Despesas
Ganhos de R\$ 88,9 MM FY**

**Retomada do crescimento de
SSS em 2019**



**Êxito do Follow-On com
readequação da estrutura de
capital e reposicionamento
da CIA junto ao mercado
investidor – dez/2019
Captação de R\$550MM**

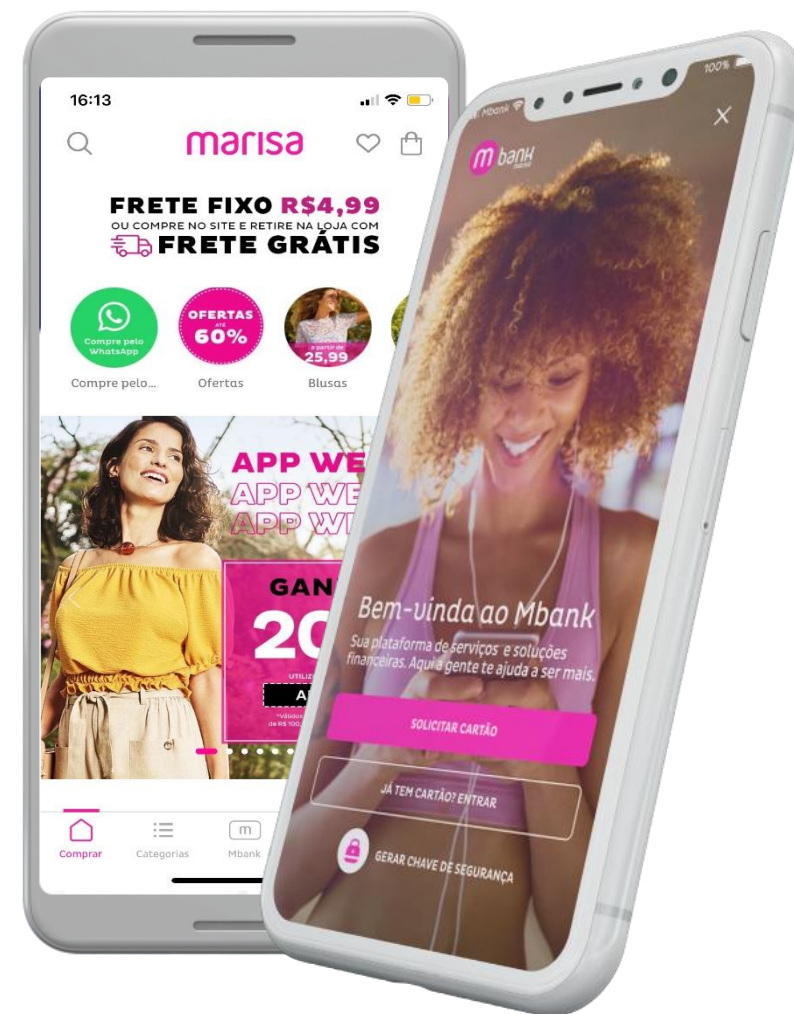
**AMAR3 de R\$5,72 (jun/2019)
para R\$15,28
pré-pandemia**

Avanços na agenda digital

- APP superando 16MM de downloads
- Implantação do conceito de dark store
- Consolidação do Ship from Store e Click and Collect
- Expansão do marketplace out
- Início da implantação do marketplace in
- Liveshops e Sou Sócia

Sucesso com o novo modelo de loja

- Piloto Loja Dom Pedro Campinas
- Rollout em 4 novas unidades ainda em 2021



LEGADOS POSITIVOS COVID (2/2)

marisa

Concepção e implantação do Mbank

Ganhos de alavancagem operacional

- Renegociação de contratos
- Multifuncionalidade em lojas
- Ajuste de sortimento
- Aumento de participação de massificados
- Digitalização via RPA
- Trabalho remoto

Obsessão ainda maior pelo NPS

- Ganhos significativos em 2021 vs 2020 – impulsionado pela adoção de multifuncionalidade em lojas 4T20

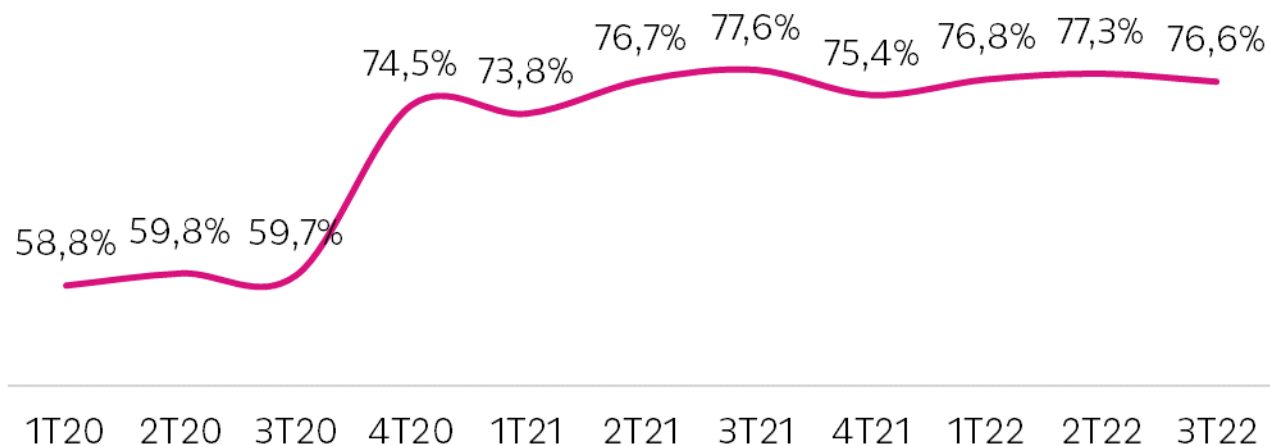


A MARCA

Foco cada vez maior em satisfação do cliente

marisa

Evolução do NPS - 2020 à 2022



Crescimento do NPS reforça o **impacto positivo** de mudanças em estilo e atendimento

Iniciativas 2020



Criação da área de “Experiência do Cliente” a partir da união do SAC com NPS para aumentar o **encantamento da cliente**

Uniformidade no **canal de comunicação** e melhor controle dos pontos de contato

Evolução do pós-venda buscando excelência

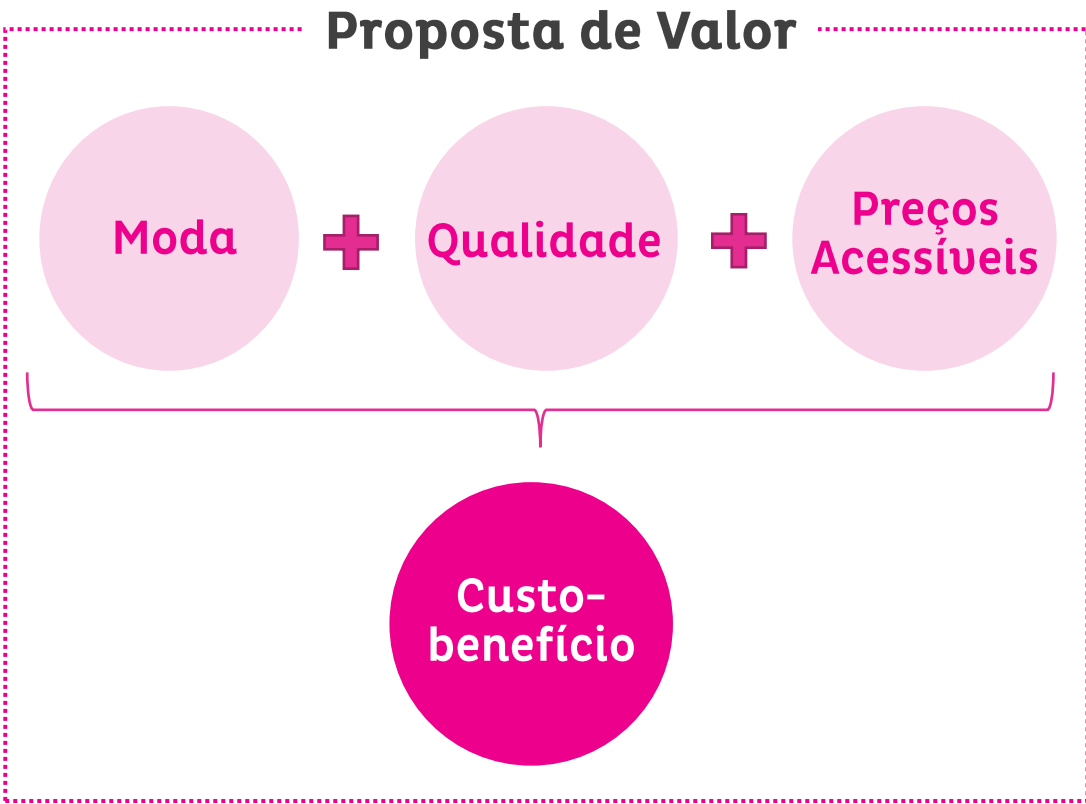
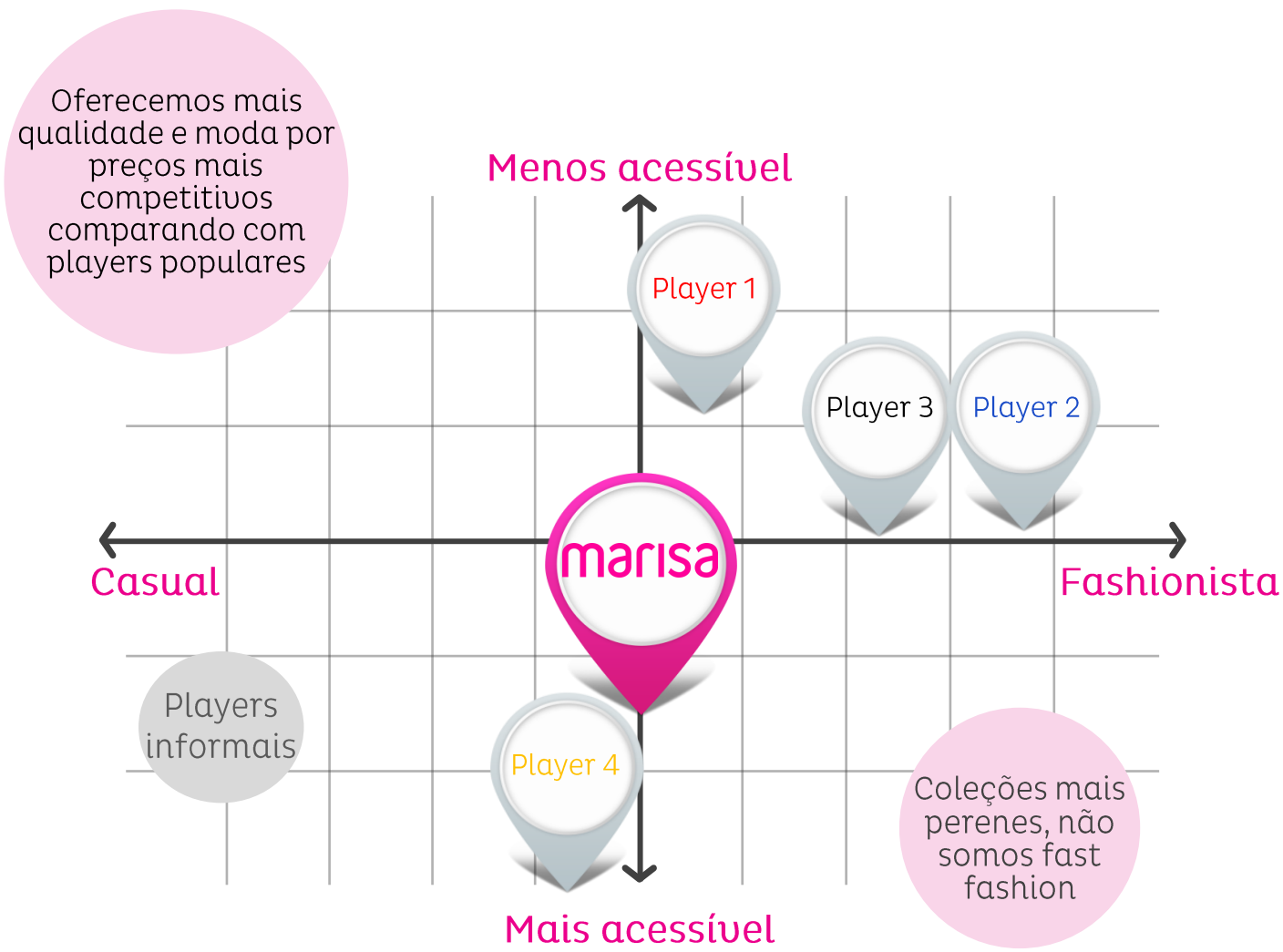
Disseminação da **cultura da cliente** no centro

Centralização dos dados em uma única área

Reformulação das funções nas lojas, todos fazem de tudo para dar **agilidade no atendimento**

Posicionamento de marca

marisa

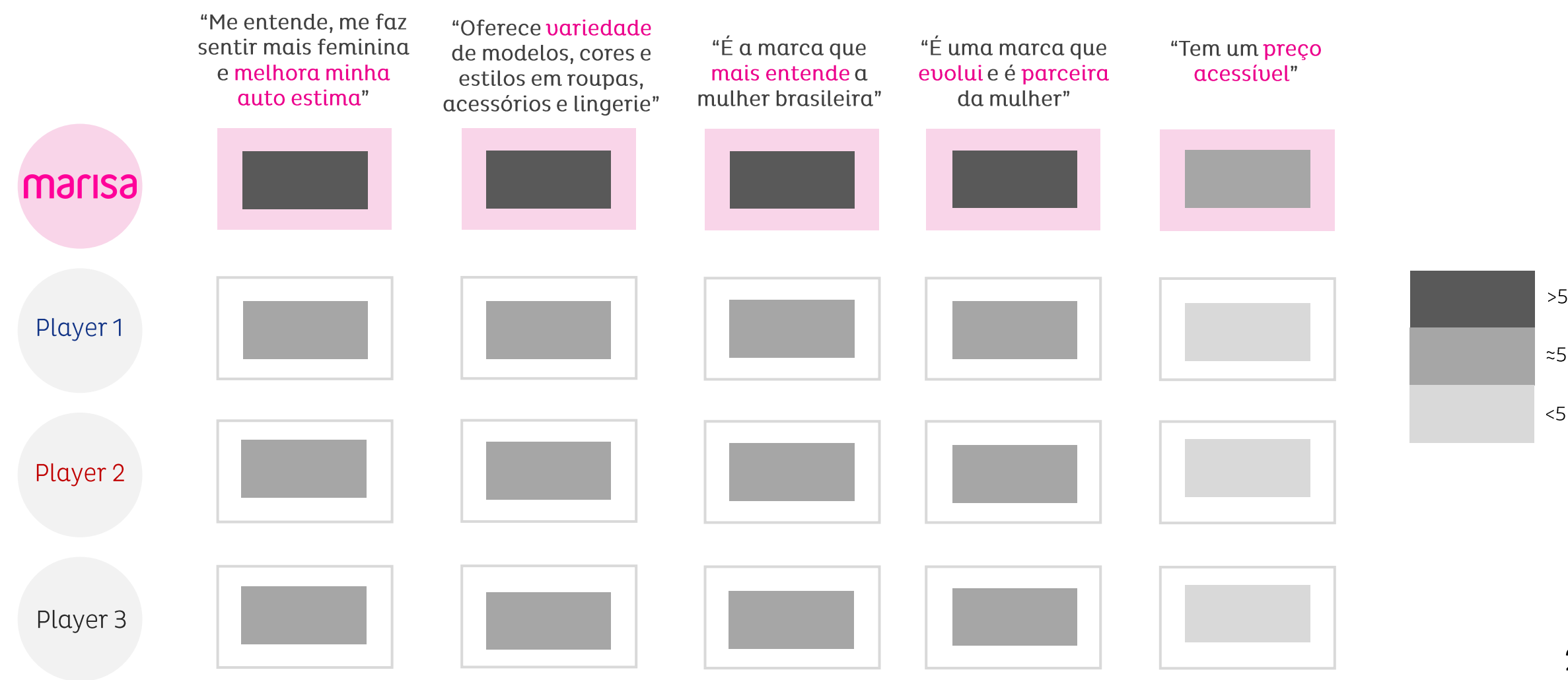


Mercado Alvo	
Prioritário	Complementar
Mulheres de classes C de 18 à 45 anos	Mulheres de classes B2 e C mais velhas 22

De mulher pra mulher

marisa

Imagem de marca: como os clientes enxergam a Marisa?
Marisa é a **marca mais associada** a atributos de feminilidade, auto estima e variedades:

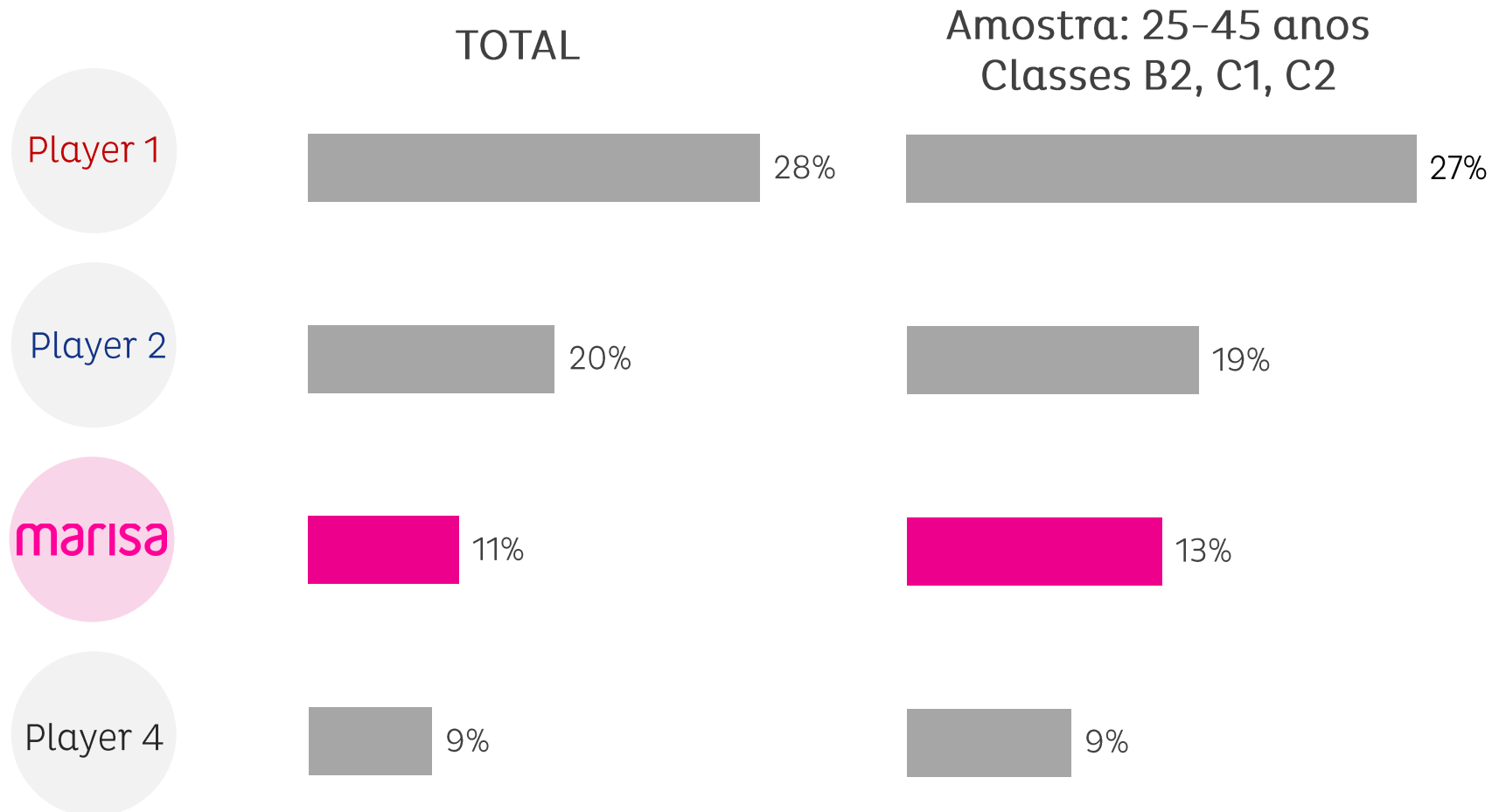


Marca

De mulher pra mulher

marisa

Avançamos em lembrança de marca, e hoje ocupamos o **3º lugar de top of mind*** entre as consumidoras

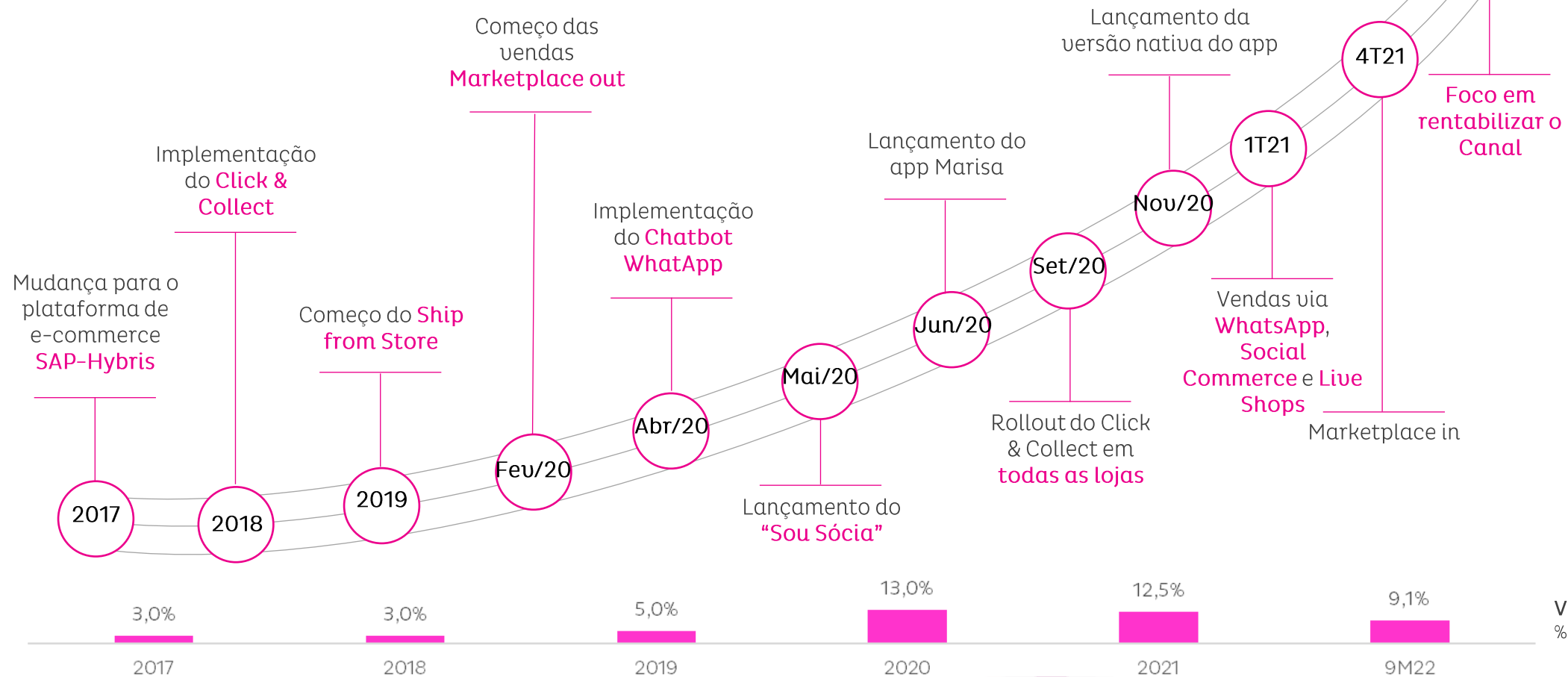


Entre as clientes de **25-45 anos, classe B2, C1 e C2** é onde Marisa mostra **melhor desempenho** em *brand recall*

AVANÇOS DIGITAL

Marcos na evolução digital

marisa



INDICADORES 2022

+140 mil
avaliações
5 estrelas



17,5MM
downloads
acumulado

R\$ 49,9MM
receita
3T22

6,6MM
MAUs
3T22

4,7 (0 a 5)
avaliação média
YTD - set

+6,2MM
acessos
Universo M
acumulado

NOVO FORMATO DE LOJA

Nova Loja conceito

Loja Shopping Parque Dom Pedro – Campinas

marisa

ANTES



DEPOIS



Novo formato de loja

Lojas piloto

marisa

+ 4 lojas reformadas em 2021

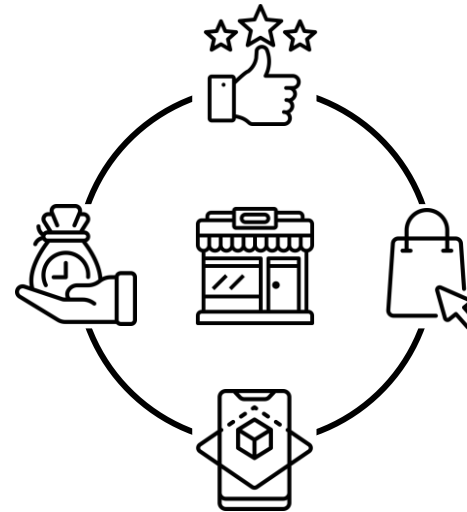
Avenida Paulista

Shopping
Interlagos

Osasco Plaza
Shopping

Shopping
Aricanduva

NOVO MODELO É MAIS ECONÔMICO E
MAIS RÁPIDO DE SER IMPLANTADO



TOTALMENTE INTEGRADA COM SHIP
FROM STORE, CLICK & COLLECT,
SACOLA DE VANTAGENS E MBANK

Pilotos confirmarão modelo para futuras reformas e aberturas



O BANCO DA MULHER

História do Mbank



2015

2016

2017

2018

2019

2020

2021

Fusão das operações de cartão e EP
Criação da área de modelagem de crédito
Renegociação com Itaú

Compartilhamento de despesas com varejo | R\$40M/ano de benefícios fiscais
Negociação Netpoints R\$25M/ano
Otimização das equipes SAX/CLUB

BID Assurant R\$75M
Início das operações de Celular

Reestruturação das carteiras
Eliminação do planejamento fiscal

Nova estrutura comercial
Terceirização SAC/cobrança

Introdução do machine learning nas modelagens
Medidas de mitigação de impactos da pandemia
Cashback

Rebranding e lançamento em Set/21
Novos produtos e serviços
Integração com app Marisa



1

Estratégia Portfólio



Digitalização do PL / CP
Conta Digital Mbank

2

Branding



Proposta de valor da PSF
Novo Branding

3

Estrutura Societária



Otimização da estrutura
societária e de capital
da MAX, SAX e Club

Nosso portfólio de largada



1

Private Label

Pagamento parcelado
Seguros e assistências
para atender às
necessidades dos
clientes



2,0MM

Cartões Private
Label*

2

Co-Branded

Parceria Itaú
Pode ser usado fora das
Lojas Marisa



841k

Cartões Co-
Branded*

3

Empréstimo Pessoal

De forma rápida e sem
burocracia

4

Seguros

“Bolsa Protegida”
“Proteção Financeira”
Seguro-desemprego
Seguro dentário
Seguro Pet*
Títulos de capitalização

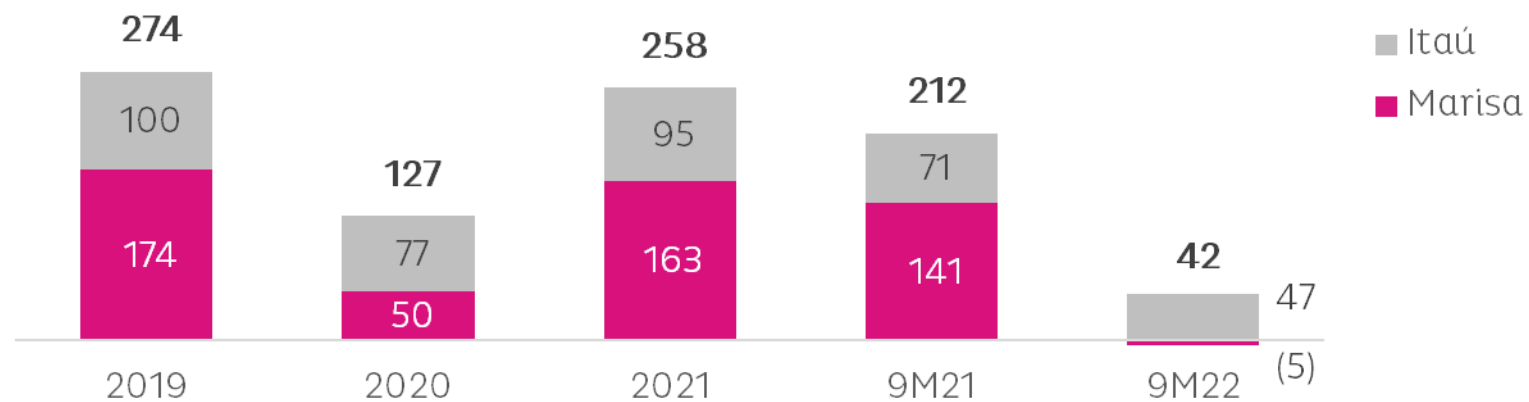
* Lançado 1T22

Mbank já nasce forte



Resultados resilientes

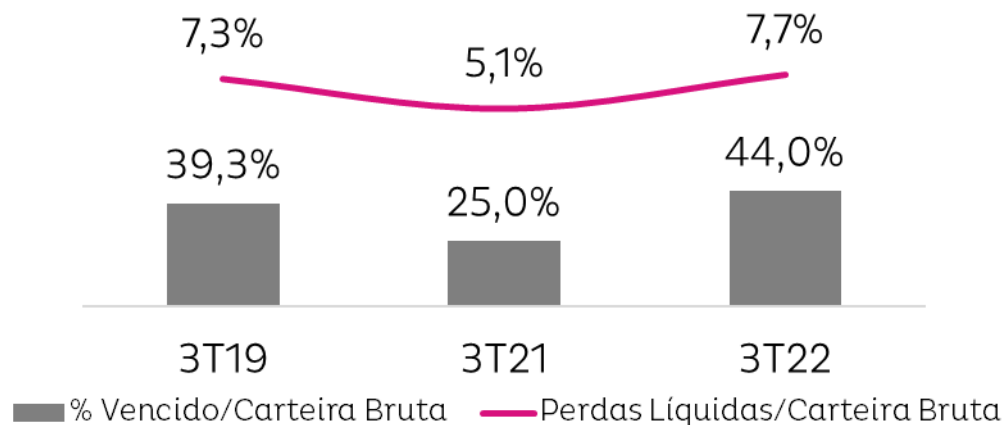
EBITDA Total Mbank (Em R\$ mm)



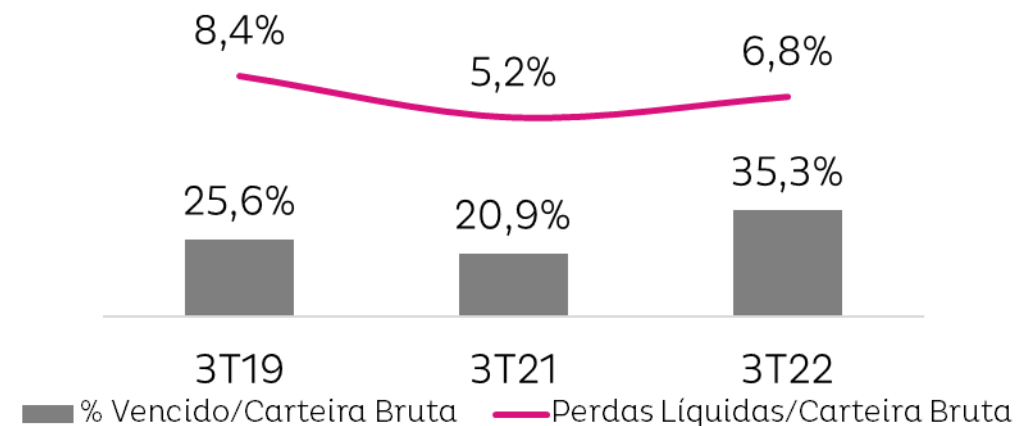
Expertise em concessão de crédito



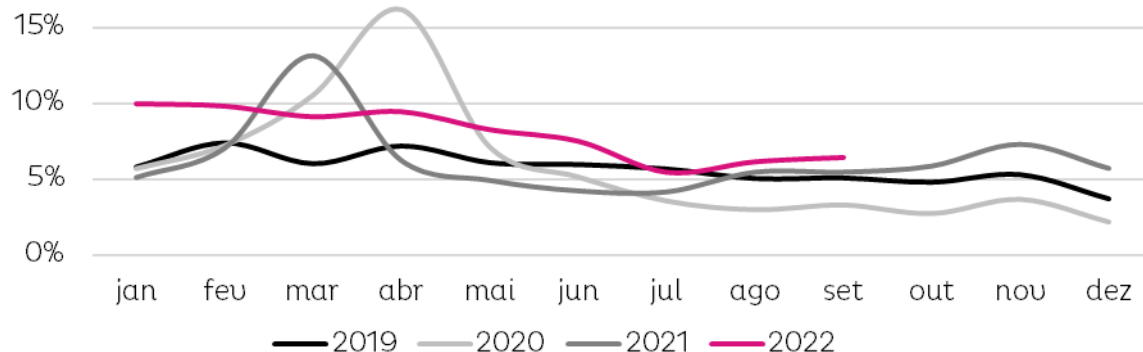
Private Label



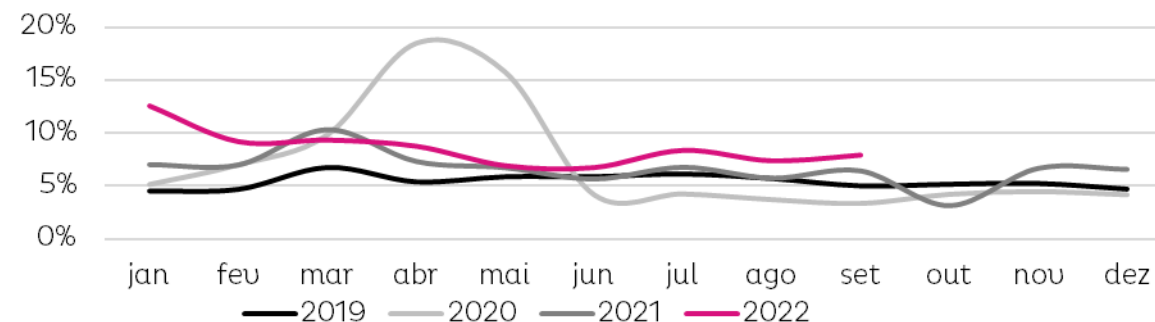
Empréstimo Pessoal



EFFICC



EFFICC

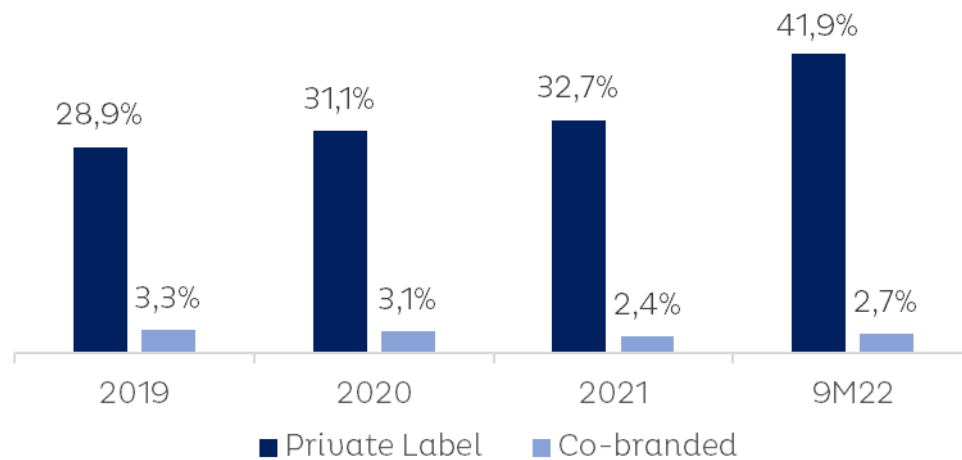


EBITDA do Mbank foi -R\$10,3 milhões no 3T22, versus R\$42,3 no 3T21. Resultado afetado pelo aumento de PDDs e menor produção que impactou o mercado como um todo.

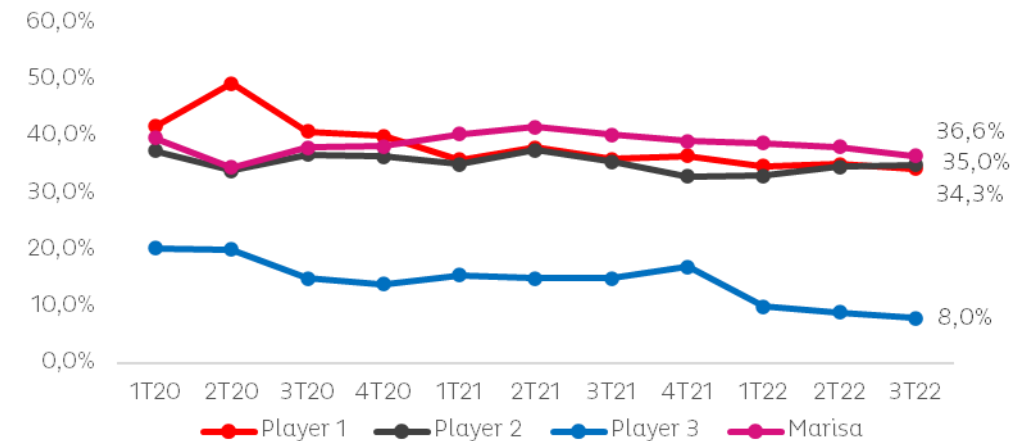
Estratégia do Digital tem acelerado participação do nosso cartão



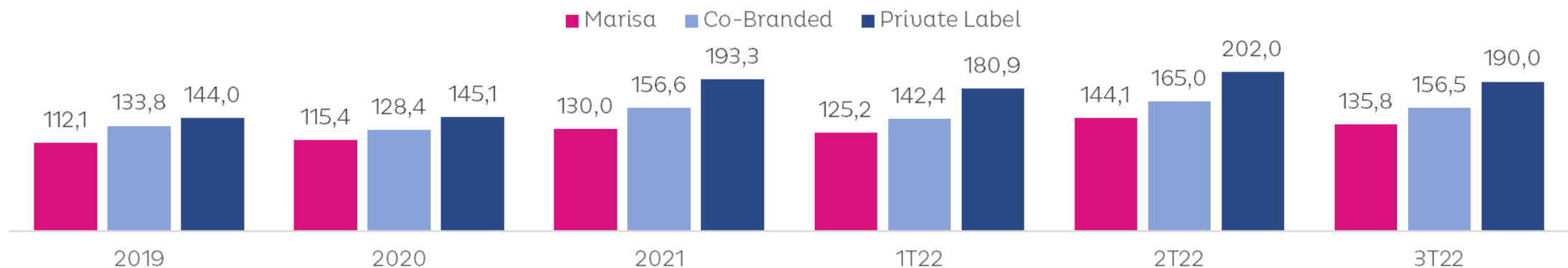
Participação do Cartão Mbank no Canal Digital



Participação do Cartão Mbank vs Players (todos os canais)



Ticket Médio Clientes Mbank vs Marisa (Geral) em R\$



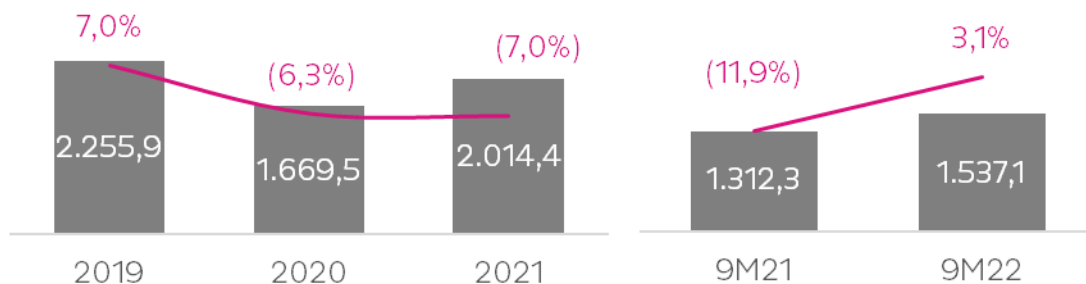
DESTAQUES FINANCEIROS

Destques Financeiros Varejo

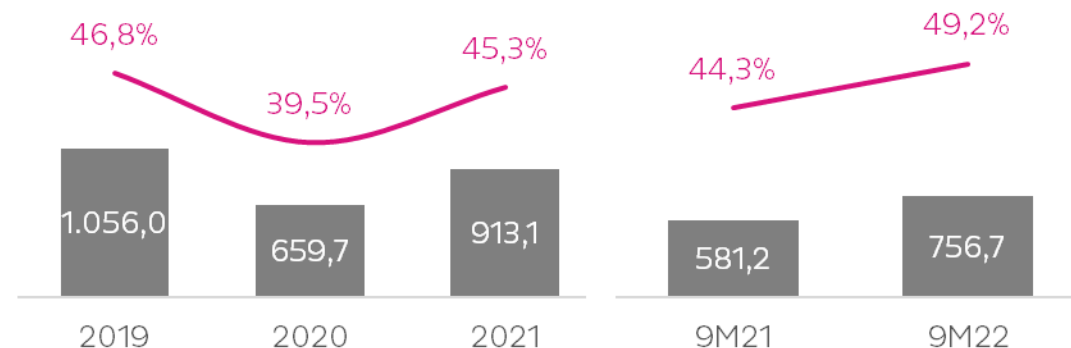
marisa

Em R\$mm (exceto margens e crescimento)

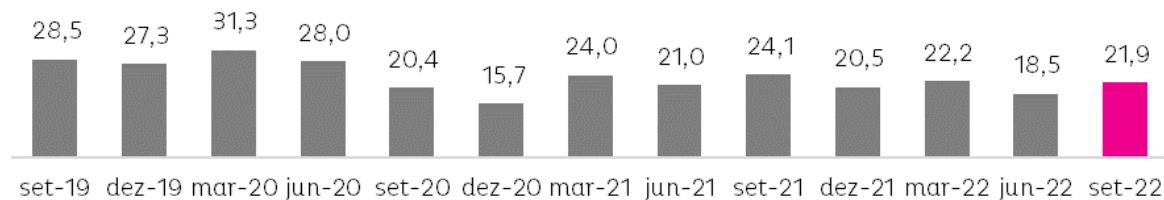
Evolução Receita e SSS Varejo



Evolução Lucro e Margem Bruta Varejo



Evolução Estoques (mm de peças)



EBITDA Ajustado Varejo Valores Pró-Forma (ex-IFRS 16)

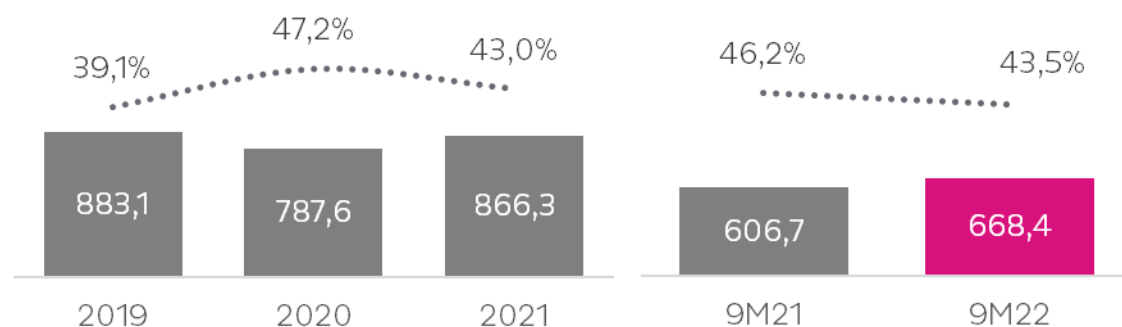


Destques Financeiros Marisa

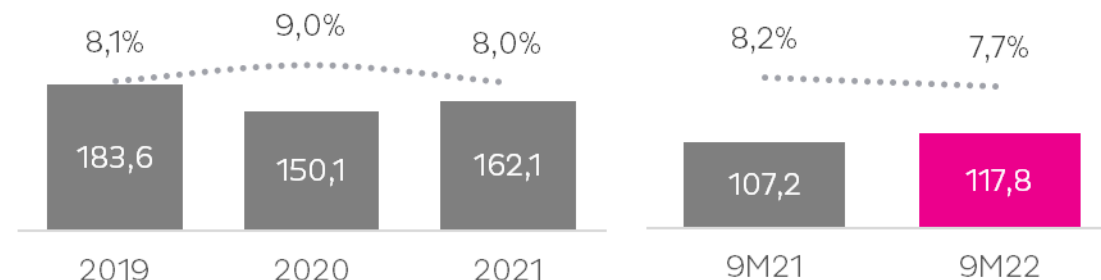
marisa

Em R\$m (exceto margens e crescimento)

Despesas com Vendas e % RL



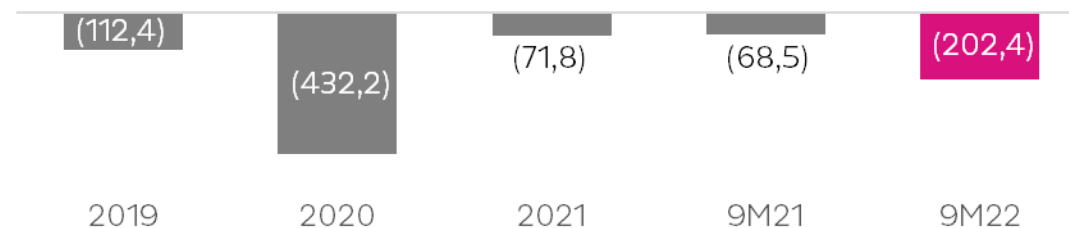
Despesas G&A e % RL



Despesas Financeiras Líquidas



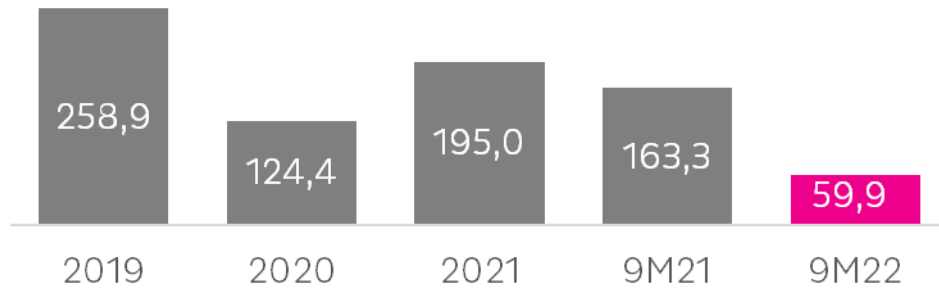
Lucro/(Perda) Líquida



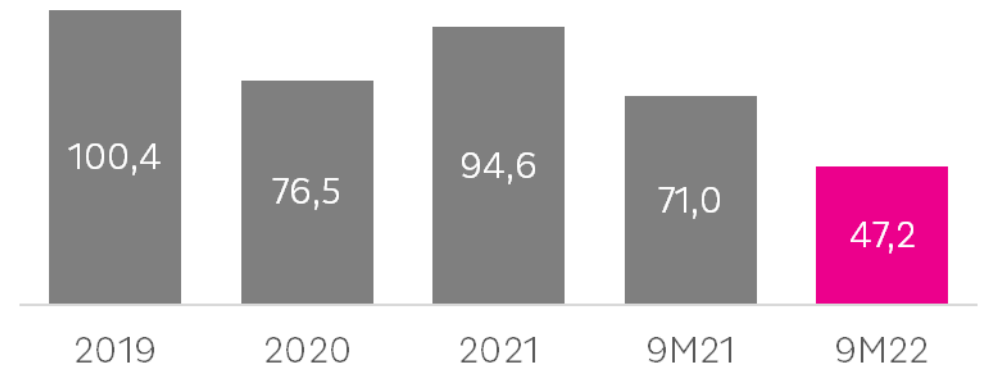
Margem de Contribuição (R\$ mm)

Resultados resilientes ao longo dos anos

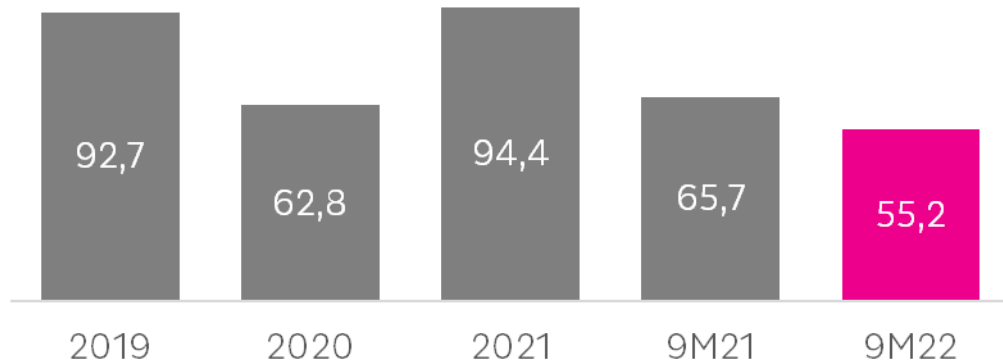
Private Label



Co-Branded



Empréstimo Pessoal

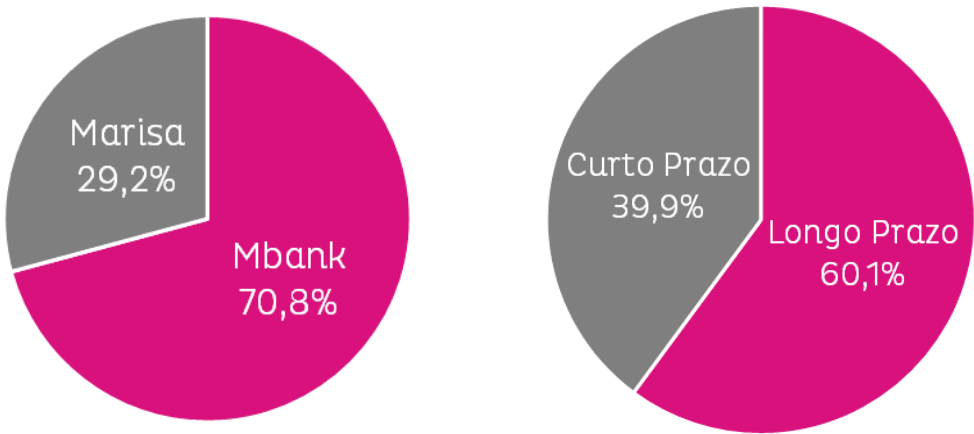


EBITDA Mbank

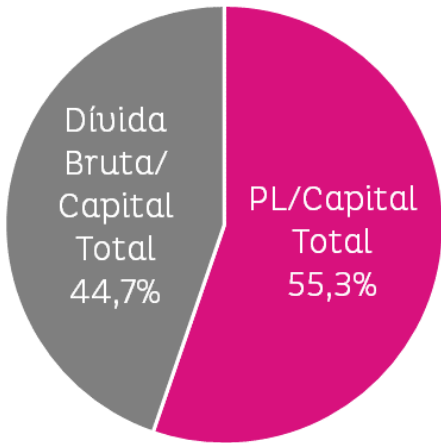


Estrutura de Capital

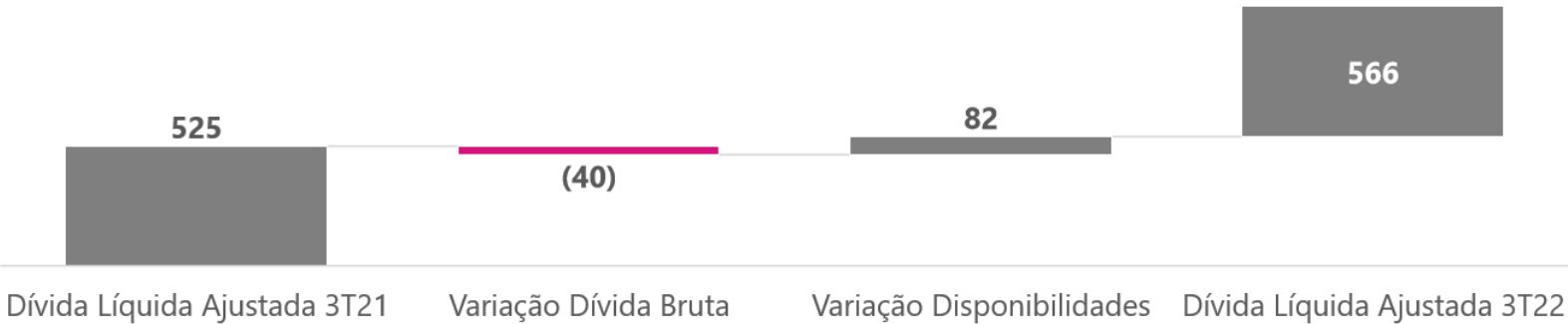
Dívida Bruta Total
R\$788,0 MM (3T22)



Dívida Líquida / Capital Total



Dívida Líquida Ajustada



Disponibilidades*
R\$221,9MM (3T22)

Patrimônio Líquido
R\$974,0MM (3T22)

*Disponibilidades: inclui saldo de recebíveis de cartões de terceiros + Itaúcard livres de garantias.

Governança Corporativa

Conselho de Administração

marisa

Altos padrões de Governança Corporativa
Nosso Conselho de Administração é formado por 6 membros

PRESIDENTE

Marcelo Doll

Ex-CEO C&A, Pernambucanas e Grupo DSPS
Mais de 20 anos como C-Level



CONSELHEIRO INDEPENDENTE

Paulo Silva

Ex-CEO do Walmart.com no Brasil
Mais de 20 anos em vendas online



CONSELHEIRO INDEPENDENTE

Dilson Batista dos Santos

Ex-CEO Pernambucanas e Diretor Divisional C&A
Mais de 30 anos de varejo



CONSELHEIRO INDEPENDENTE

Marcelo Adriano Casarin

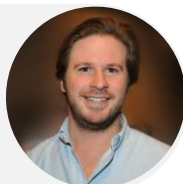
Ex-C&A Modas, Cencosud, Ypê e Grupo DPSP
Mais de 20 anos de varejo



CONSELHEIRO

Ricardo Goldfarb

Diretor de Investimentos na Twister Participações
Membro Comitê de Finanças



CONSELHEIRO

Marcio Goldfarb

Mais de 50 anos na Marisa
Ex-CEO da Marisa



Executivos com vasta experiência no varejo de moda e mercado digital



CEO

Adalberto Pereira dos Santos

Mais de 20 anos em finanças
Mais de 11 anos em varejo de moda



CFO e DRI

Rene Santos

29 anos de experiência na área
de finanças



CCO

Alberto Kohn

Mais de 20 anos em operações e
varejo de moda



CDO

Rodrigo Poço

Mais de 15 anos em varejo
e mercado online

marisa