



APRESENTAÇÃO INSTITUCIONAL

SETEMBRO/2023

marisa



QUEM SOMOS

QUEM SOMOS

Marca popularmente
reconhecida
como
“de Mulher para Mulher”

75 anos de história de
relação de cumplicidade
e intimidade com a
mulher brasileira

marisa



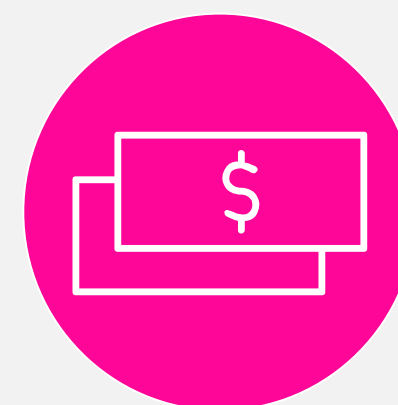
LOJA



SITE



APP



MARCA

Brand recall forte em moda
feminina, associada a atributos
de entendimento e parceria
com a mulher brasileira

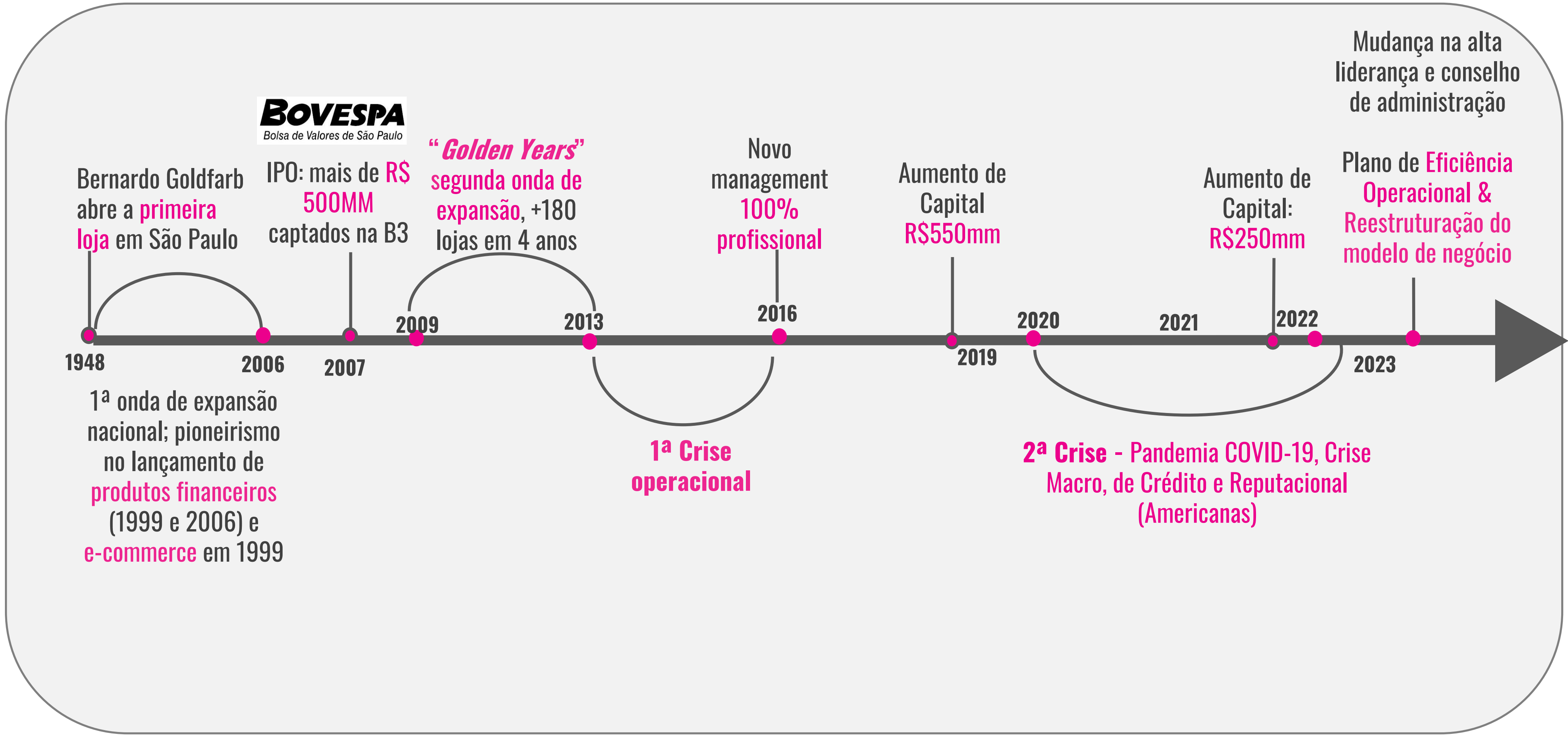
OMNICALIDADE

Lojas físicas com *footprint*
robusto + Plataforma
Digital integrada

HUB – PRODUTOS FINANCEIROS

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

75 ANOS DE HISTÓRIA



DESTAQUES OPERACIONAIS E FINANCEIROS (Pró-Forma 1S23) *

246 lojas
~281 mil m² área de vendas
Lojas de ~1.100m²

Canal Digital 6,6%
(receita total varejo)

Receita Líquida Varejo
R\$ 910 MM

Ship From Store
35% das vendas digital
(Jun/23)

EBITDA Varejo
R\$46 MM

Dívida Bruta Varejo \$209 MM
(R\$116 MM à mercado + R\$93 MM Controlador)
(Jun/23) **

Margem Bruta Varejo
48,5%

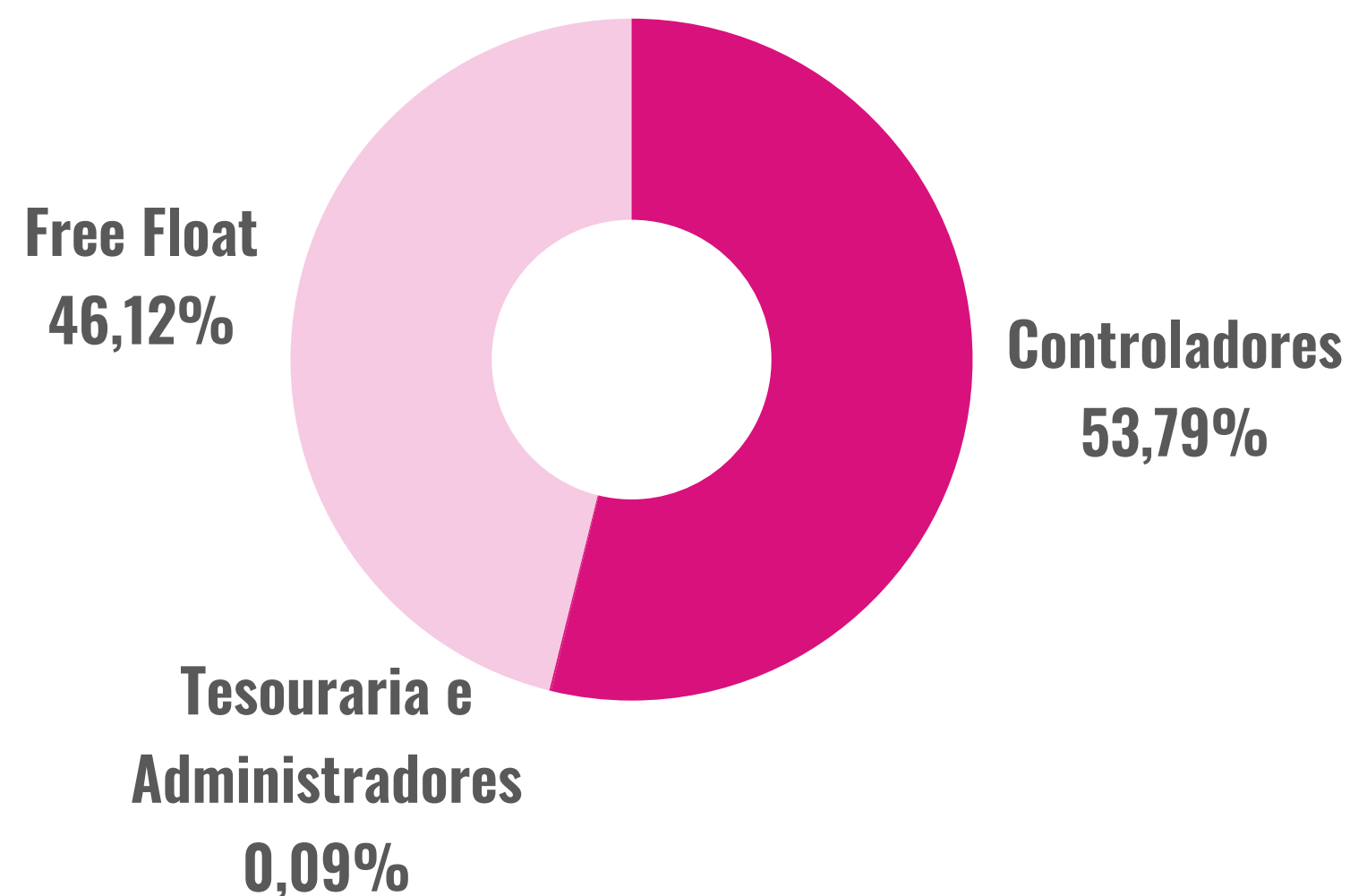
Giro de Estoque
1,7x
(vs. 1,4x 1S22)

**Destaques financeiros apresentados Pró-Forma para o fechamento de 88 lojas ao longo do 1º semestre de 2023.*

*** Dívida Líquida Jun/23: inclui saldo de recebíveis de cartões de terceiros + Itaucard, livres de garantias.*

PERFIL CORPORATIVO

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*
- 60% de conselheiros independentes

Gestão **100% profissional**

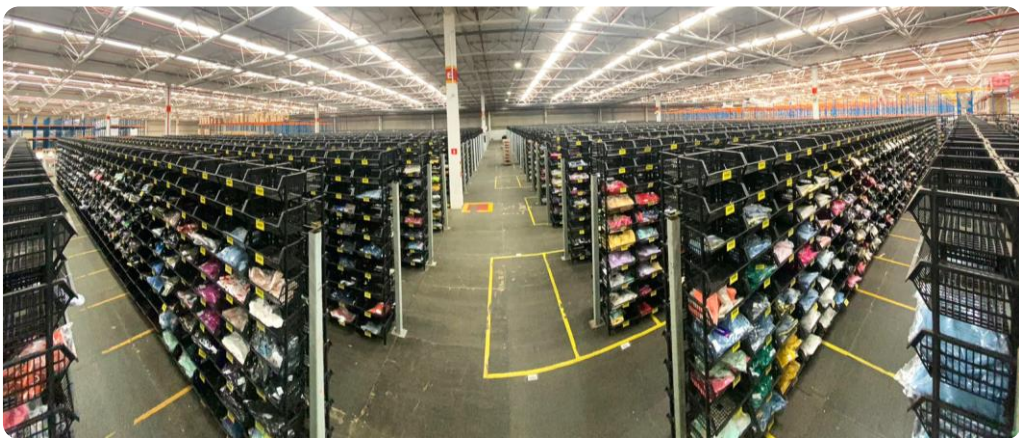
Plano de ***Stock Option*** para os administradores

*Data base: 31/08/2022

FOOTPRINT NACIONAL

- 2 Centros de Distribuição estrategicamente localizados em SP e SC
- 1 Centro de Distribuição Ecommerce localizado em SP

• *CD E-commerce*



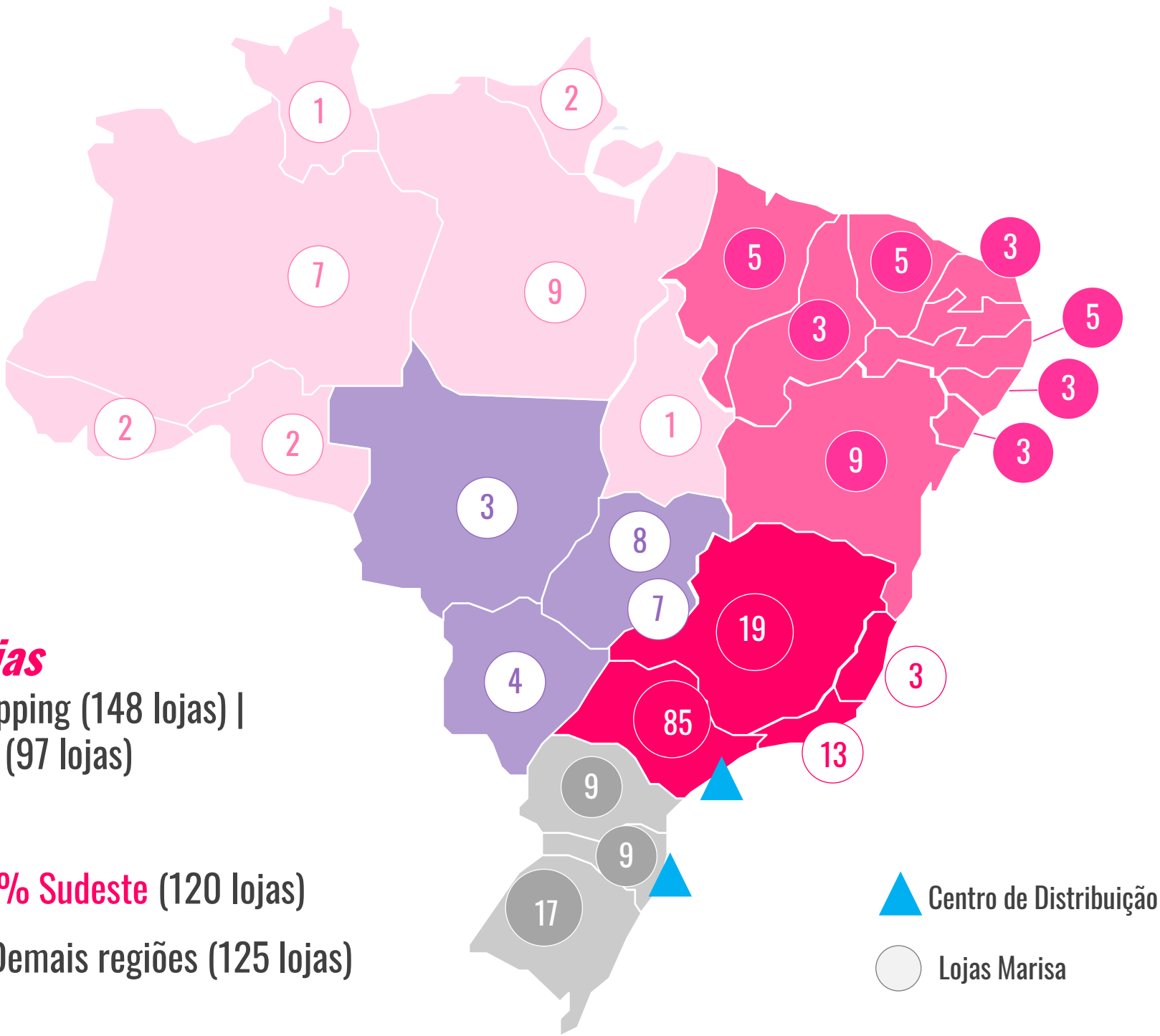
• *CD Canal Físico*



*CD Itaquaquetuba-SP



Distribuição # de Lojas por Estado



245 Lojas
60% Shopping (148 lojas) |
40% Rua (97 lojas)

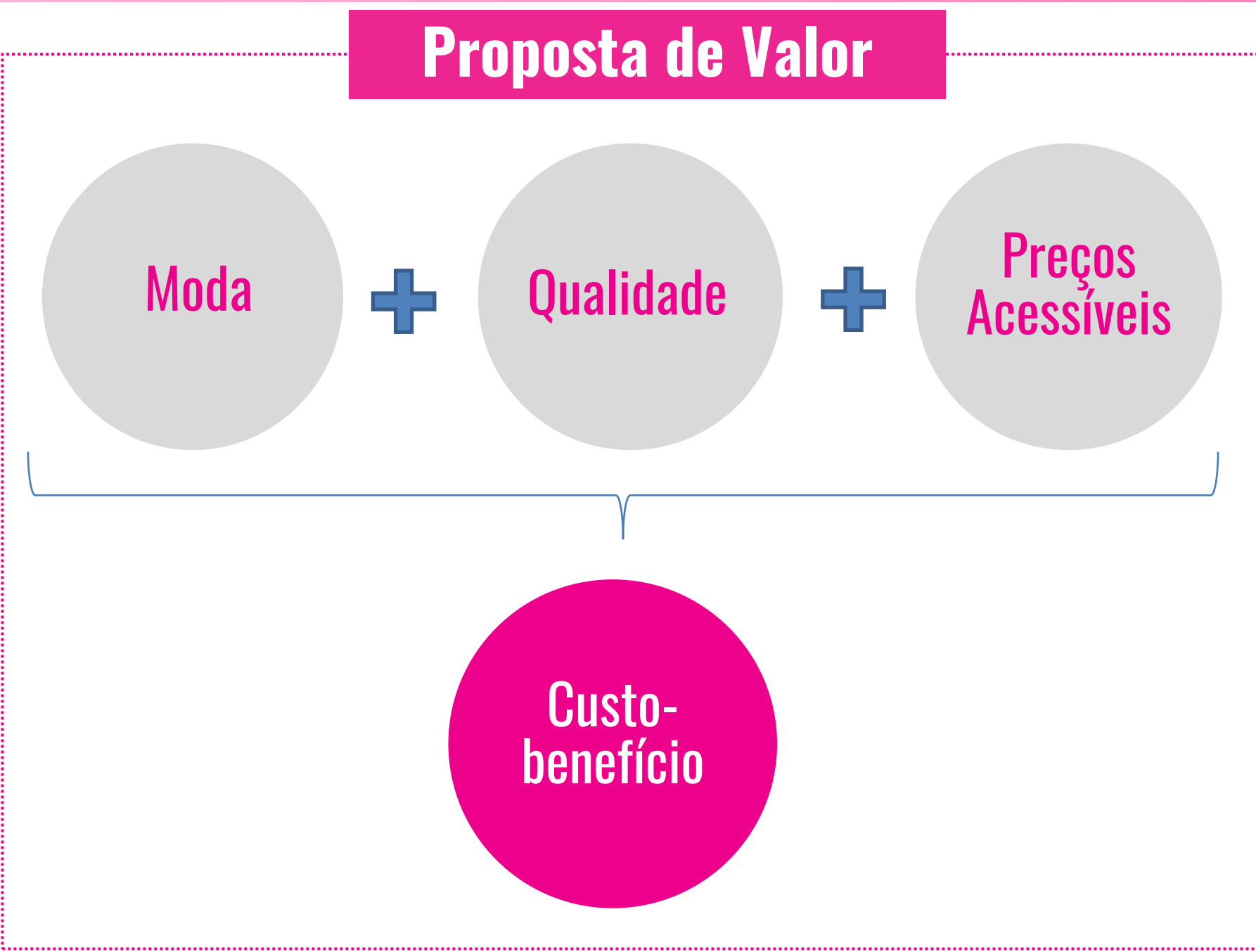
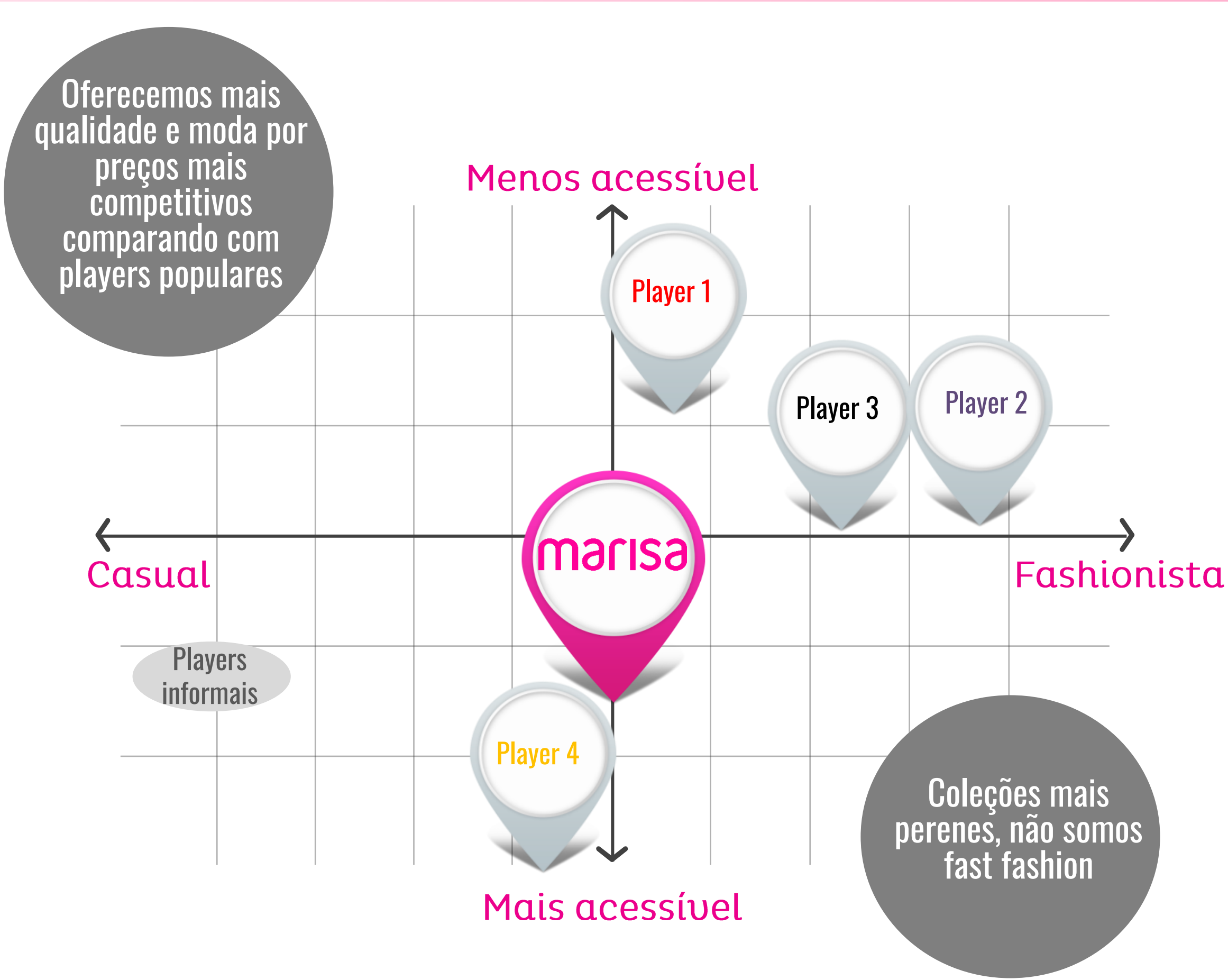
49% Sudeste (120 lojas)
51% Demais regiões (125 lojas)

▲ Centro de Distribuição
○ Lojas Marisa



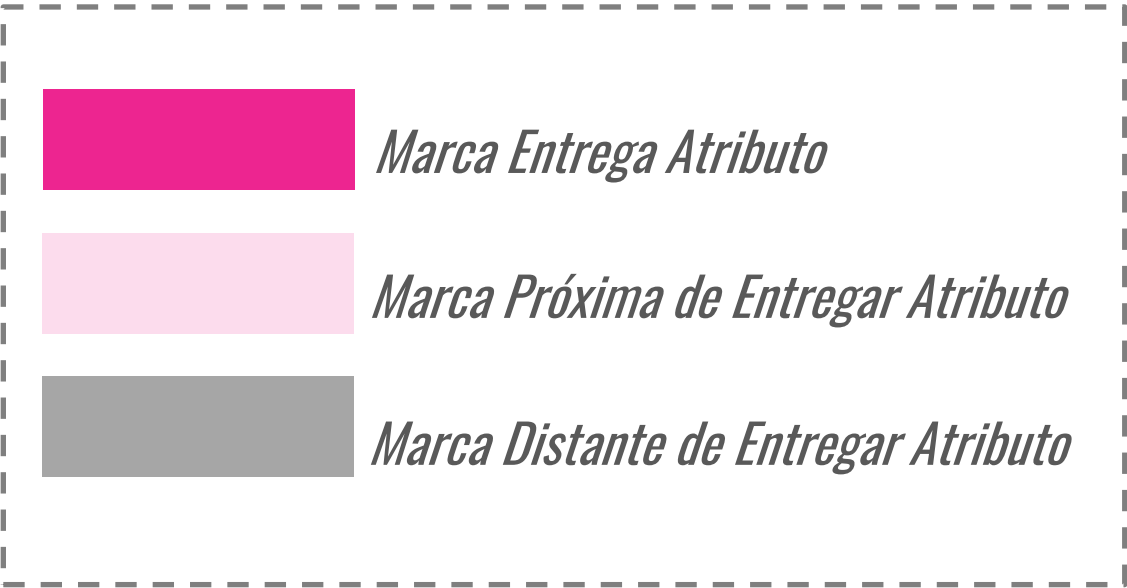
**FORÇA DA
MARCA**

PROPOSTA DE VALOR DA MARCA: CUSTO-BENEFÍCIO



COMO AS CLIENTES ENXERGAM A MARISA

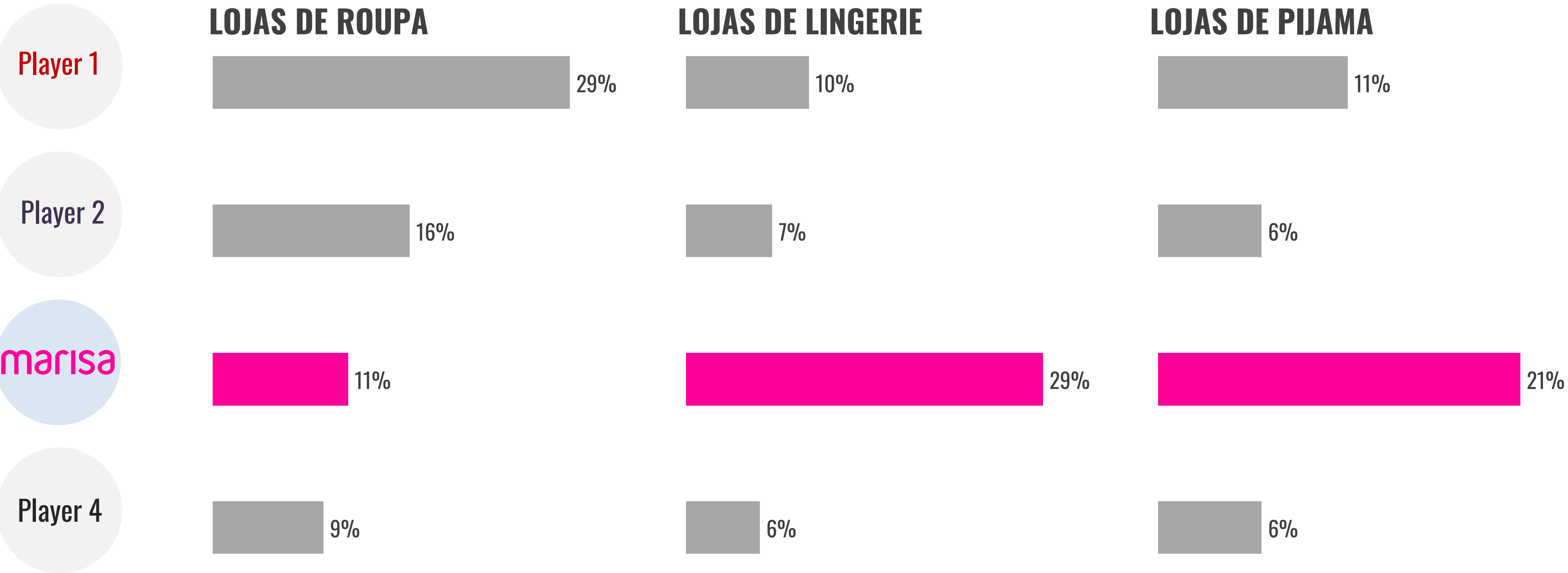
Marisa é a **marca mais associada a atributos de entendimento e parceria com a mulher brasileira**



“TOP OF MIND” EM LINGERIE E PIJAMA

Marisa ocupa 1º lugar de top of mind nas categorias Lingerie e Pijama em marca mais lembrada espontaneamente pelas consumidoras, com grande vantagem vs. os demais players.

Na categoria lojas de roupa, mantemos estáveis ano contra ano no 3º lugar



Fonte: Tracking de marcas Kantar 3º TRI/ 2023)
* primeira lembrança espontânea

Fonte: Pesquisa Lingerie Mind Miners Dez/2022
* primeira lembrança espontânea

Fonte: Pesquisa Pijamas Mind Miners Jan/2023
* primeira lembrança espontânea



**ALAVANCAS DE
CRESCIMENTO**

GRANDES AVANÇOS NA REESTRUTURAÇÃO

O que entregamos desde fevereiro 2023

Plano de Eficiência Operacional

Adequação do parque de lojas – 88 lojas deficitárias encerradas

Otimização de SG&A – redução de R\$35 mm em despesas (pessoais e gerais)

Renatabilização Digital – EBITDA 2T23 breakeven

Integração da malha logística (físico e digital)

Reorganização Mbank

Reorganização operacional – compartilhamento de despesas entre varejo x banco

Reorganização societária – cisão parcial M cartões (agora M Serviços)

Capitalização de R\$120 mm – aporte de R\$90mm pelo controlador + R\$30mm pela Marisa Lojas

Renegociação com parceiros

Renegociação de dívidas – marcado por forte parceria com fornecedores (~1.000 diretos e indiretos) e proprietários de imóveis (~260)

Monetização de ativos (“balcão”)

Parceira com Credsystem – exploração de produtos de crédito (cartões private label, co-branded e empréstimo pessoal) no balcão de lojas

Hub de Serviços Marisa
Novas ofertas: Seguro Auto mulher, Assistência Médica Mulher, Consórcio Mulher (e potencial para inúmeras outras) sendo agregadas aos produtos previamente ofertados (seguros, assistência e odonto)

Recuperação de produtividade lojas

Aumento de venda/m² e redução de CTO/m² – sortimento, abastecimento, otimização de área de vendas e logística, oferta de serviços “balcão”

Housekeeping das lojas

Expansão pontual e seletiva integrando mundo físico com digital

PILARES DE CRESCIMENTO – PLANO MÉDIO PRAZO

Principais medidas para acelerar o ganho de produtividade na operação do varejo que devem se traduzir em resultados sustentáveis



1 Pilar

PROPOSTA DE GERAÇÃO DE VALOR COMERCIAL



Aprimorar através da evolução das iniciativas da Transformação Comercial o resultado do Varejo por meio da **adequação do planejamento comercial, sourcing, abastecimento e produto.**

Iniciativas curto e médio prazo

- ❖ Gestão do estoque por ciclo de vida
- ❖ Reabastecimento das lojas conforme clusterização e ciclo econômico
- ❖ Plano e execução do sortimento privilegiando produtos de reposição
- ❖ Políticas de prazo de pagamento a fornecedor considerando o perfil do sortimento
- ❖ Compartilhamento dos estoques entre canal físico e digital
- ❖ Políticas de desconto considerando meios de pagamento
- ❖ Customização do sortimento/profundidade entre canal Digital e Físico

Ganhos

- ❖ Giro de Estoque
- ❖ Melhoria no Ciclo Financeiro
- ❖ Maior participação de meios de pagamento à vista (Dinheiro, Débito e Pix)
- ❖ Redução da Necessidade de Capital de Giro
- ❖ Maior assertividade na oferta de produtos para o Canal Digital
- ❖ Sortimento mais adequado ao público-alvo (pirâmide de preço)

2 Pilar

PLANO DE EFICIÊNCIA OPERACIONAL

🎯 objetivo

Aumentar produtividade/m² e aprimorar assertividade na operação de lojas com uso de ferramentas de inteligência operacional para apoiar nosso crescimento nos próximos anos.

Iniciativas curto e médio prazo

- ❖ Integração da malha logística e estoque físico + digital
- ❖ Ampliação do *Ship From Store* no parque de lojas
- ❖ Treinamento e capacitação do Omnichannel para 100% das lojas
- ❖ *Housekeeping* do parque de lojas (ex. área de vendas/local)
- ❖ Renegociação de CTO e reavaliação da m² lojas, expansão pontual e seletiva
- ❖ Redefinição do papel da força de vendas
- ❖ Criação de nova Diretoria de Inteligência de Operações (análise de produtividade/KPIs de lojas, olhar rigoroso de P&L/loja)
- ❖ Implantação do COI (“Centro de Operações Integradas”)
- ❖ Novas ferramentas para fornecer dados à operação (ex. CRM, algoritmos)

Ganhos

- ❖ Redução de prazos/custos logísticos e ciclo do pedido
- ❖ Incremento de Margem de Contribuição das lojas remanescentes
- ❖ Aumento de produtividade da operação Omni (escalabilidade)
- ❖ Maior agilidade no apoio aos gerentes e colaboradores de lojas
- ❖ Ofertas mais padronizadas para cada cliente melhorando experiência de compra/nível de serviço
- ❖ Redução de ineficiências (perdas e custos operacionais/m²) melhor aproveitamento de espaço

3 Pilar

OFERTA

PRODUTOS/SERVIÇOS

NO BALCÃO



Monetização do balcão de lojas com produtos financeiros e serviços aderentes à demanda de nossas clientes.

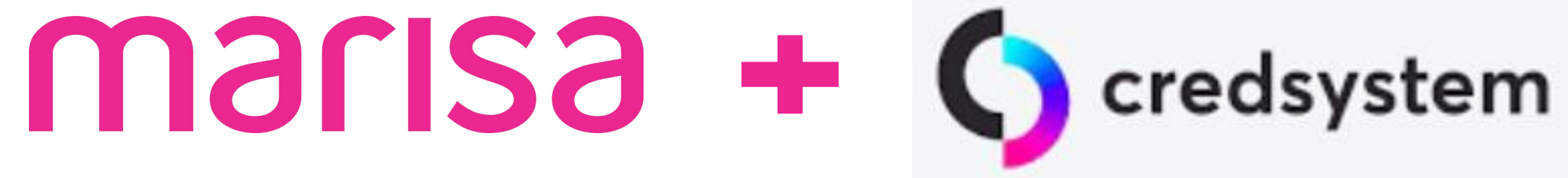
Iniciativas curto e médio prazo

- ❖ Parceria para financiamento de clientes com Credsystem
- ❖ Implantação de Hub de serviços e produtos financeiros complementares (ex: produtos de assistência para mulher, seguro auto, saúde, consórcios, consultas médicas, entre outros)

Ganhos

- ❖ Monetização de ativos e melhoria da estrutura de capital
- ❖ Melhor gestão de crédito para consumidora por parceiro experiente
- ❖ Alavanca de receita/m²
- ❖ Relação simbiótica positiva com produtos de moda
- ❖ Maior fidelização e proximidade com clientes
- ❖ Aumento de força da marca
- ❖ Otimização de despesas SG&A

PARCERIA CREDSYSTEM

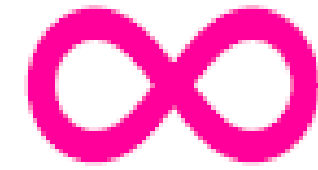


MOU assinado para parceira comercial e estratégica na exploração de produtos de crédito nas modalidades de empréstimo pessoal e de cartões (*private label* e *co-branded*) na plataforma de lojas e digital Marisa (“balcão”)

- Prazo: 15 anos
- *Profit sharing* 50%/50%
- O plano de negócios inicial concebido para o prazo de duração:
 - > R\$ 7 bilhões em volume de receita potencial
 - ~ R\$ 1 bilhão em lucro antes de impostos
 - *De-risking* (operacional e regulatório)
 - **Potencial de captura de R\$400mm (valor presente líquido)**

HUB DE SERVIÇOS MARISA

Ecosistema de Seguros e Serviços Marisa



Infinitas possibilidades

Antes do *Hub* oferta de seguros e assistência (Assurant) e odonto (Sulamérica)

Novas ofertas com *Hub*: Seguro Auto mulher (Assegurou), Assistência Médica Mulher (Rede Mais e Dr. Consulta), Consórcio Mulher (Ademicon)



Business Plan *Hub*
Potencial de resultado incremental para Marisa:

+R\$450mm de Receita Líq.
+R\$300 mm EBITDA
acumulados em 10 anos



APP

SITE

LOJA

Integração com os 3 canais de vendas

E temos mais parcerias vindo por aí...



DESTAQUES FINANCEIROS

PROJEÇÕES VAREJO - 2024

Receita Bruta
(R\$ bn)

2,3– 2,5

Margem Bruta –
(% RL)

50% - 52%

EBITDA
ex-IFRS-16 (R\$mm)

100 – 130

Perfil da Dívida

10% (curto prazo)
90% (longo prazo)
0,9x – 1,2x Div Líquida/EBITDA

Premissas

Reabastecimento de lojas, adequação de sortimento, receita mesmas lojas ~ 2022, manutenção da área de vendas

Maior giro de estoque, maior assertividade na oferta de produtos entre canais, políticas de descontos diferenciadas, adequação de sortimento.

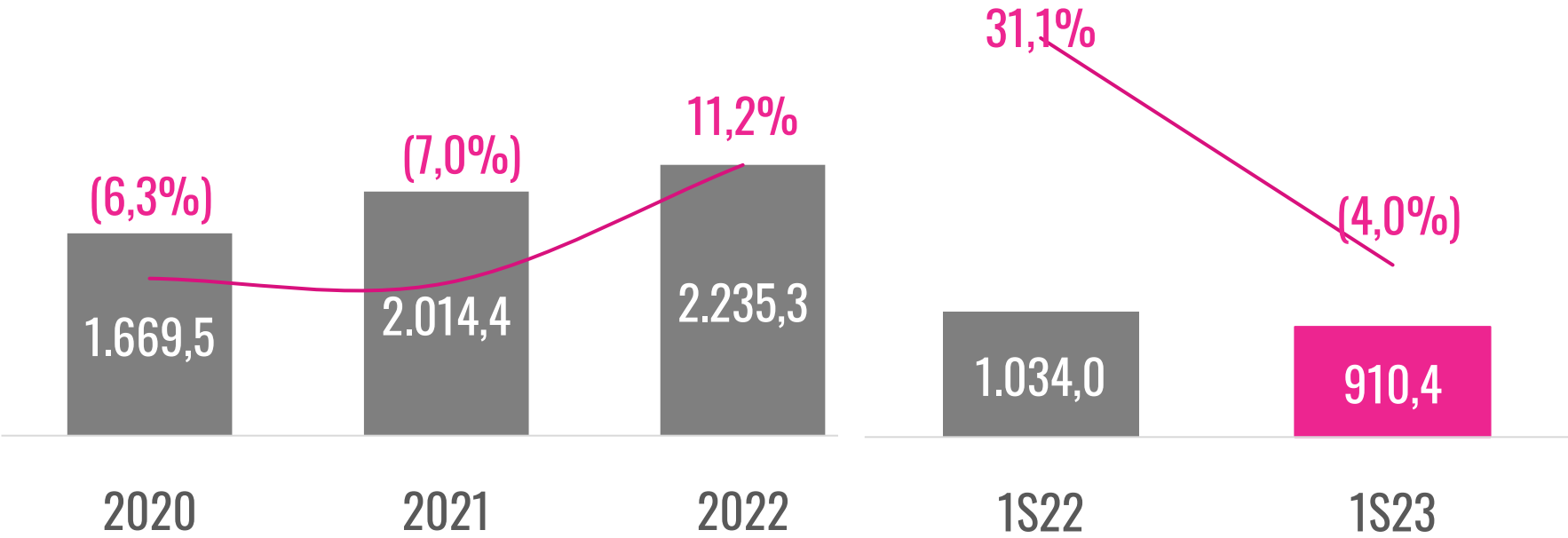
Encerramento de lojas deficitárias (2023) deve se traduzir em incremento de EBITDA potencial; EBITDA positivo das lojas ativas com base em 2022, redução de despesas operacionais implementadas

Otimização da estrutura de capital com foco em dívidas estruturantes de longo prazo

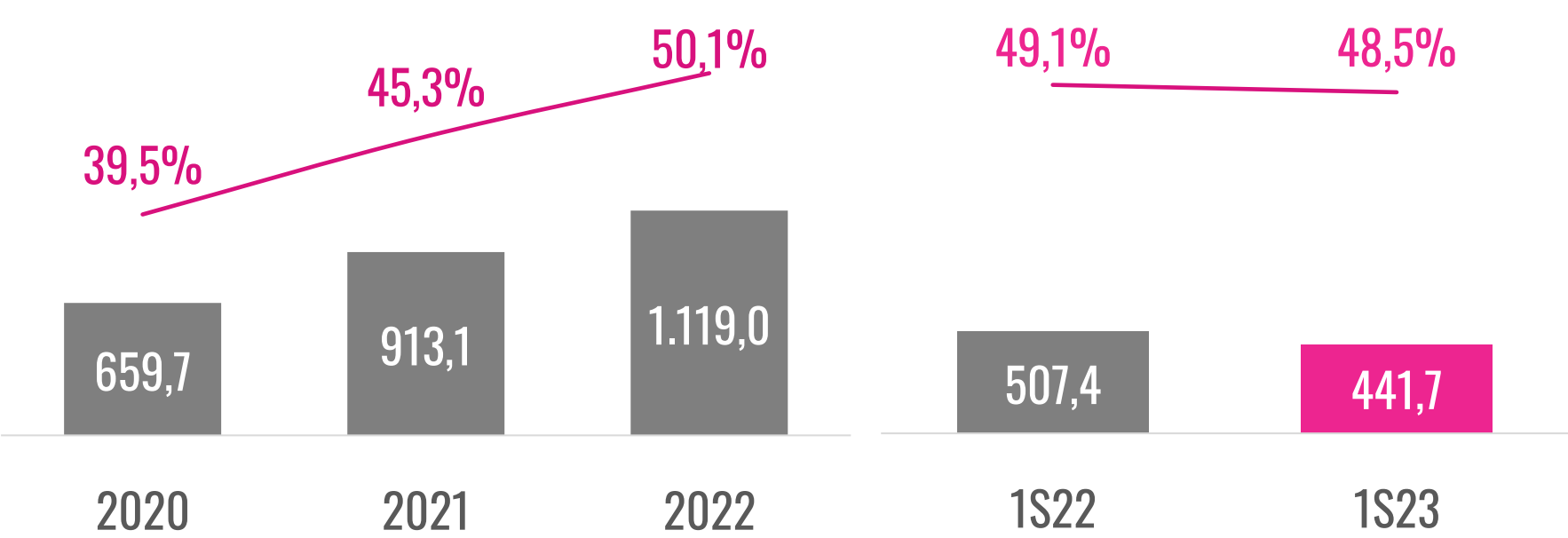
DESTAQUES FINANCEIROS - VAREJO

Em R\$m (exceto margens e crescimento)

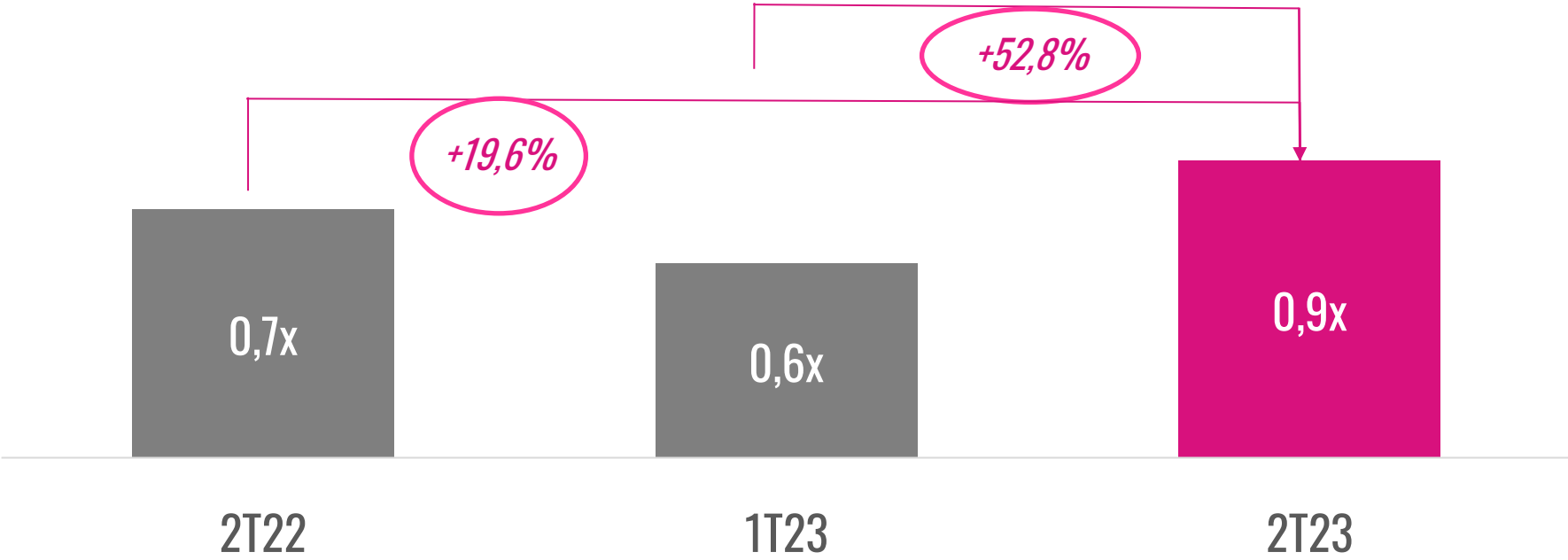
Evolução Receita e Crescimento SSS



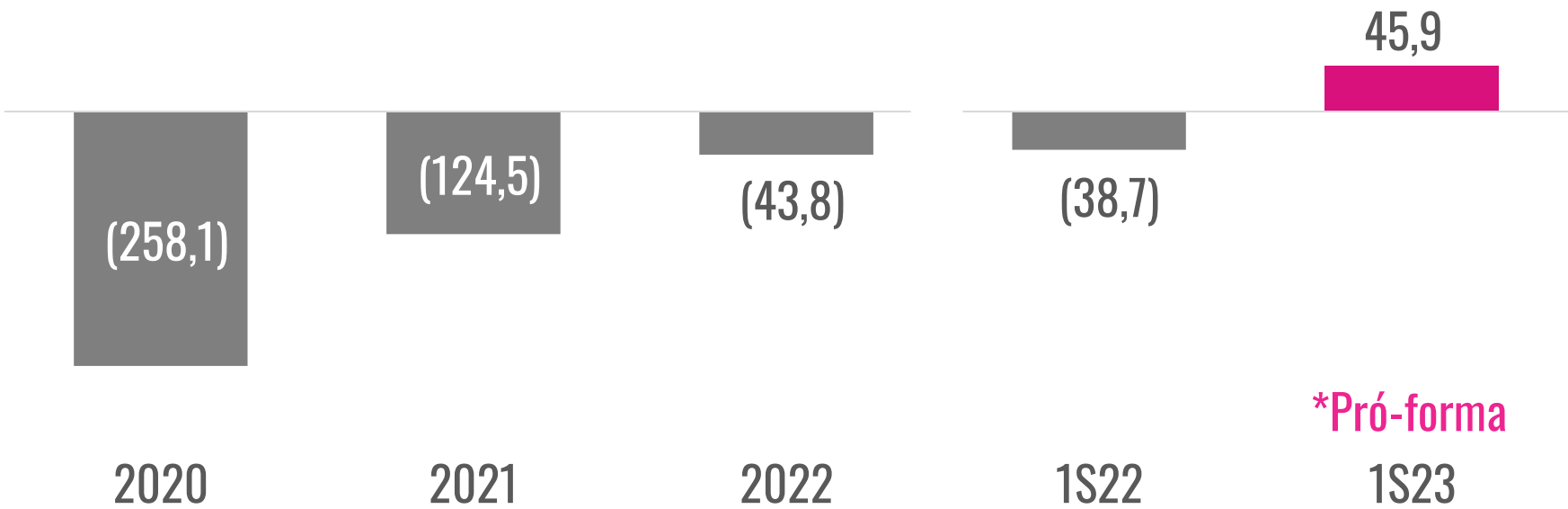
Evolução Lucro e Margem Bruta



Evolução Giro de Estoque



EBITDA Ajustado (ex IFRS-16)



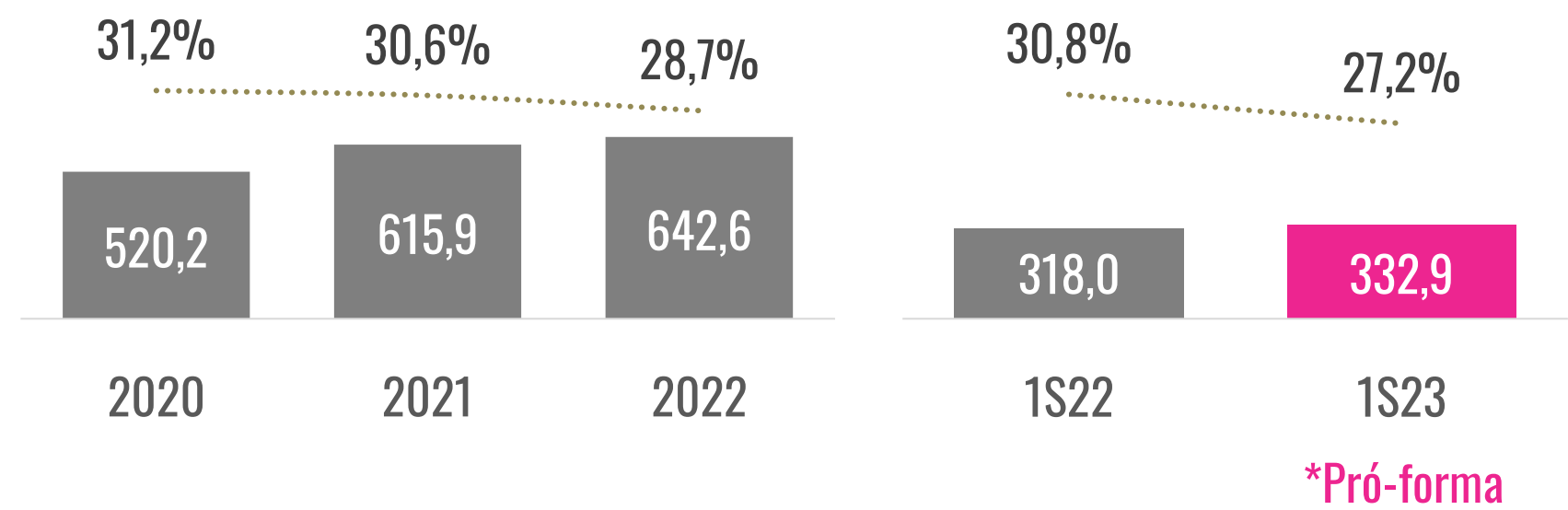
*Pró-forma

*Resultado Pró-Forma 1S23 assume que o plano de otimização operacional estivesse implementado desde janeiro de 2023 e expurgam:(1) despesas operacionais relativas à reestruturação com o encerramento de 88 lojas; (2) despesas com consultorias e (3) economias na estrutura corporativa – esta última já implementada, porém capturadas a partir do 3T23.

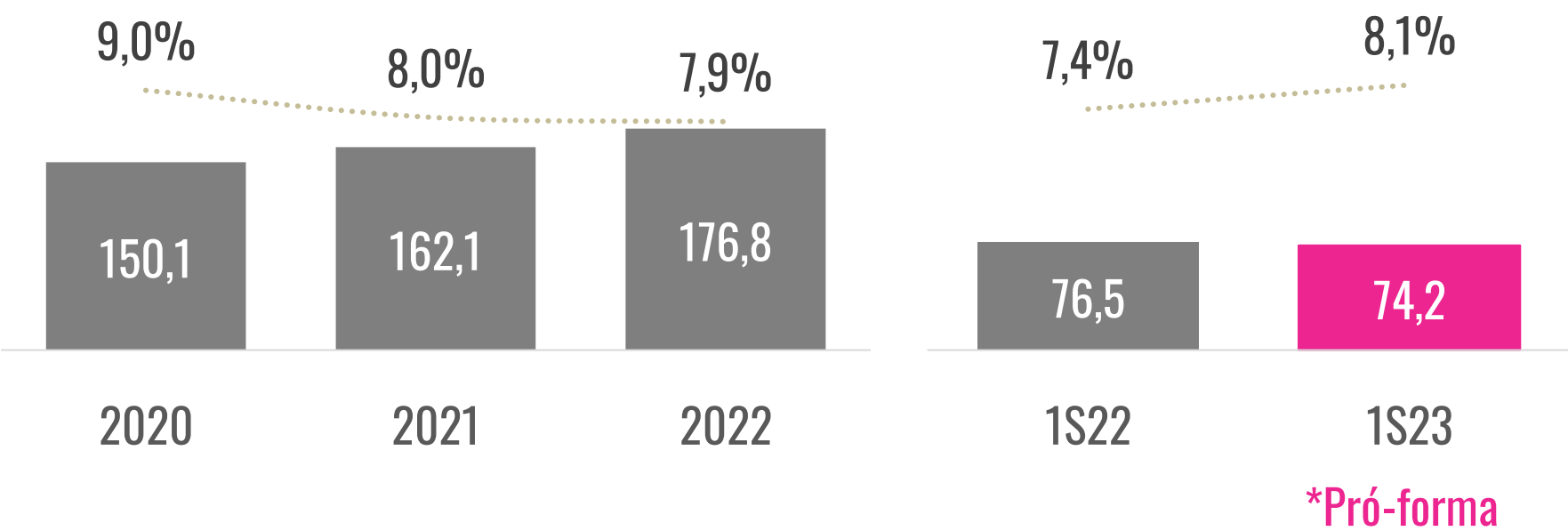
DESTAQUES FINANCEIROS - VAREJO

Em R\$mmm (exceto margens e crescimento)

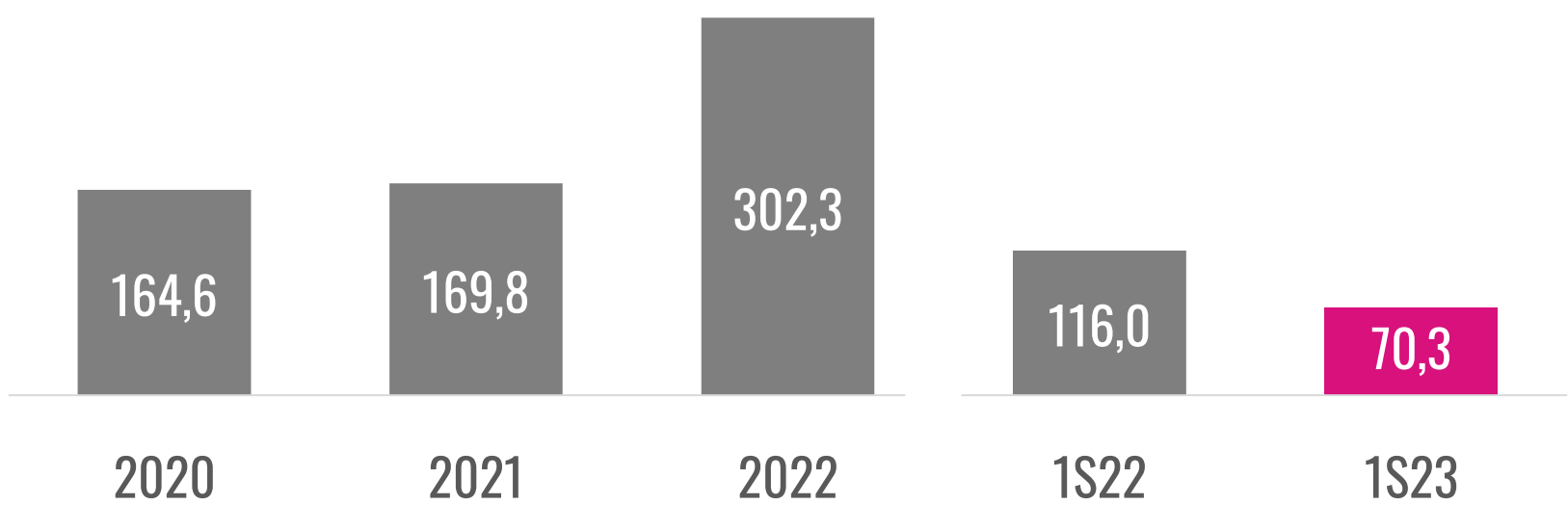
Despesas com Vendas e % RL



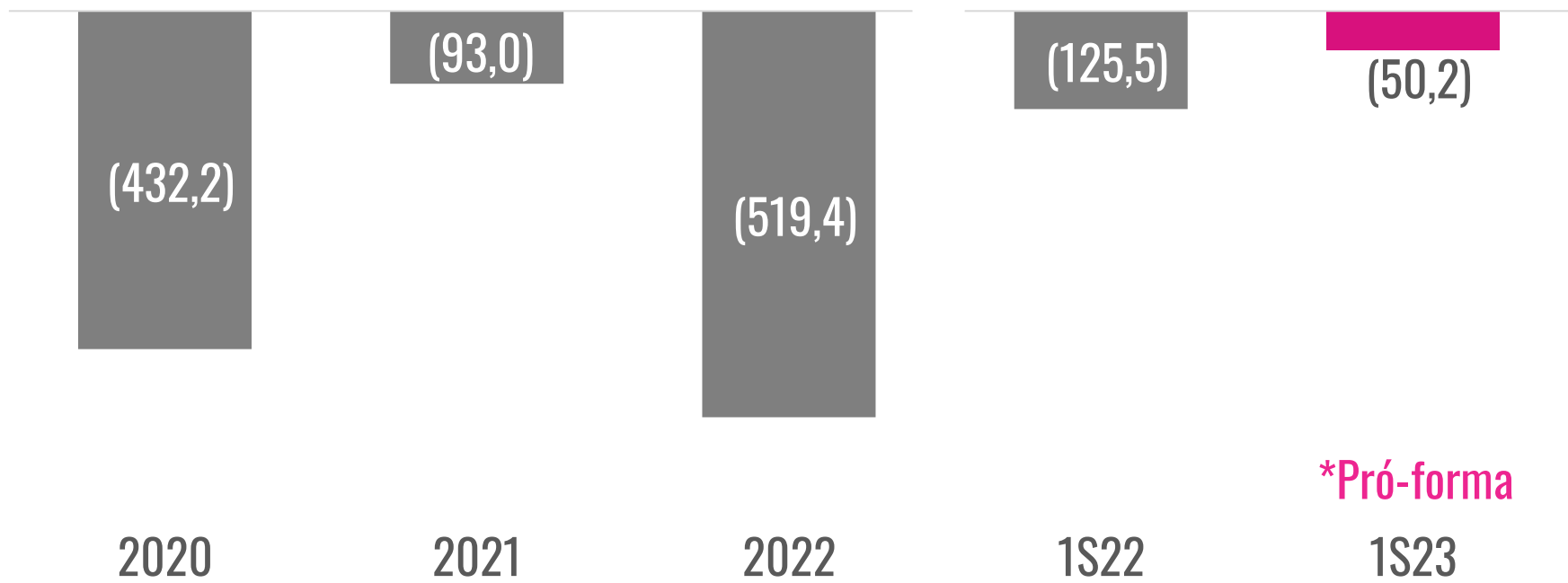
Despesas G&A e % RL



Despesas Financeiras Líquidas (ex IFRS-16)



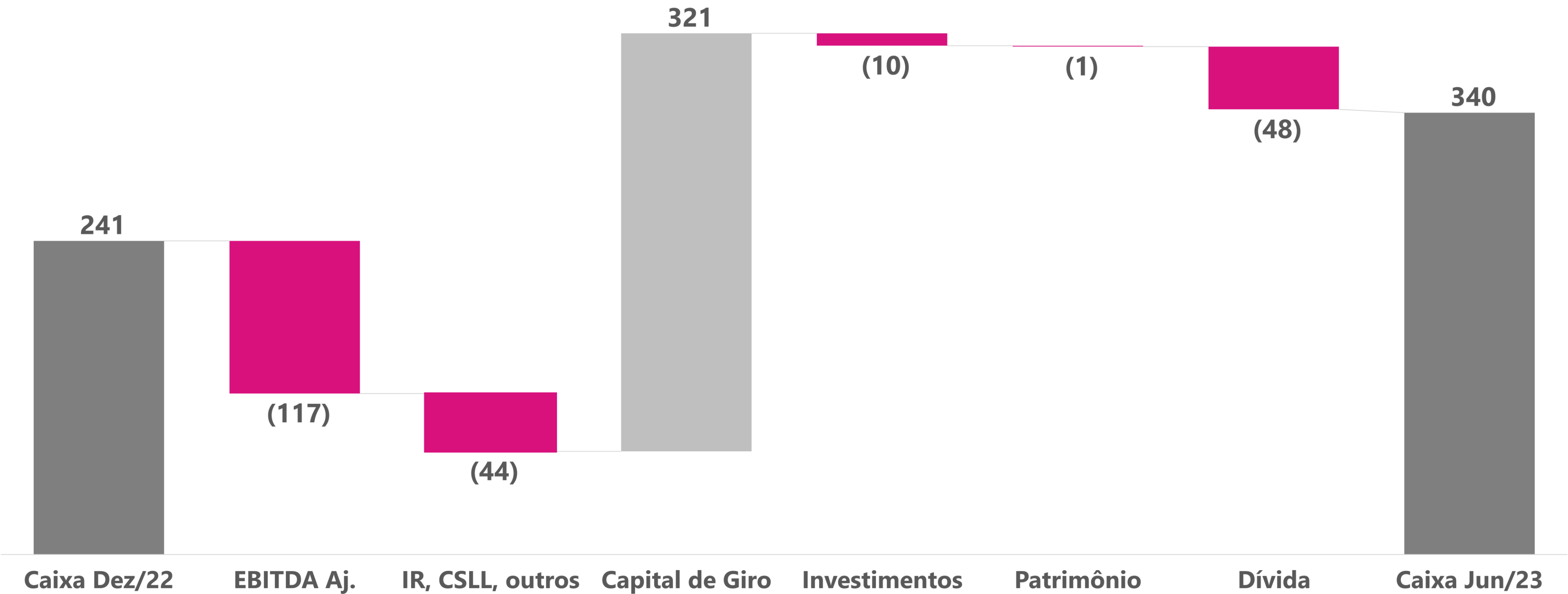
Lucro/(Prejuízo) Líquido



*Resultado Pró-Forma 1S23 assume que o plano de otimização operacional estivesse implementado desde janeiro de 2023 e expurgam:(1) despesas operacionais relativas à reestruturação com o encerramento de 88 lojas; (2) despesas com consultorias e (3) economias na estrutura corporativa – esta última já implementada, porém capturadas a partir do 3T23.

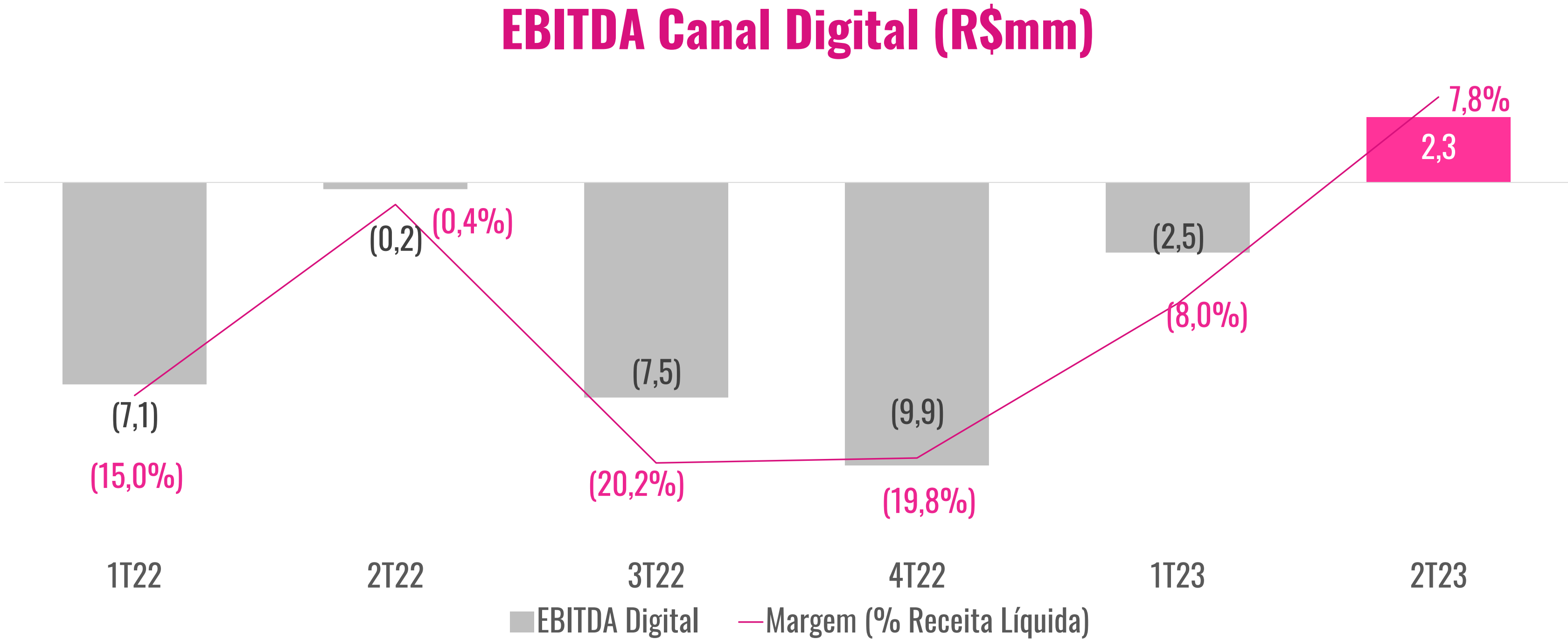
EVOLUÇÃO DO CAIXA 1º SEMESTRE 2023

Em R\$mm (exceto margens e crescimento)



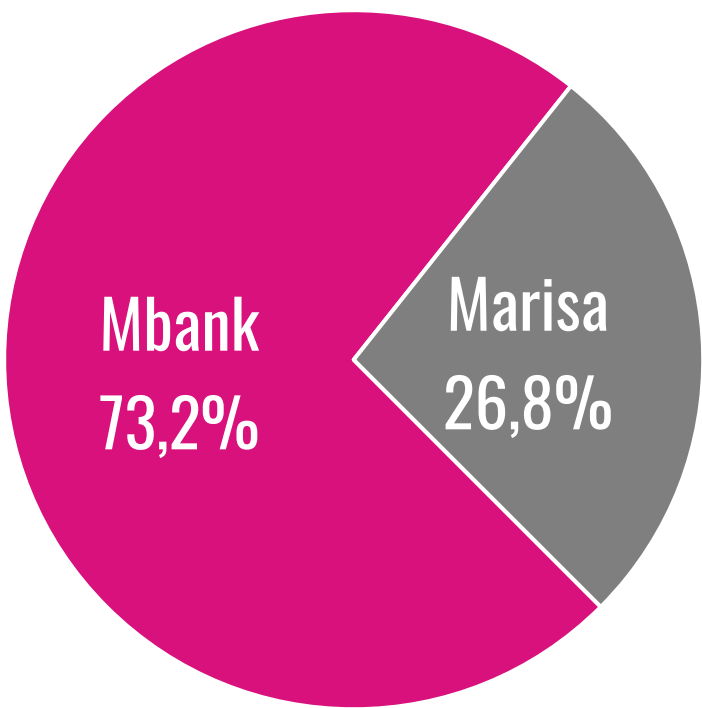
RENTABILIZAÇÃO DO CANAL DIGITAL

Em R\$m (exceto margens e crescimento)

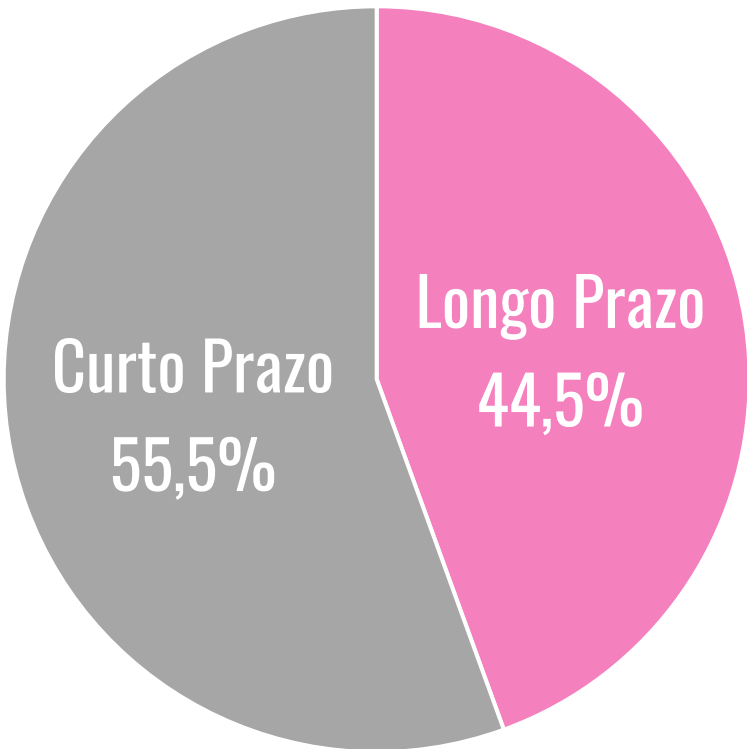


ESTRUTURA DE CAPITAL CONSOLIDADO

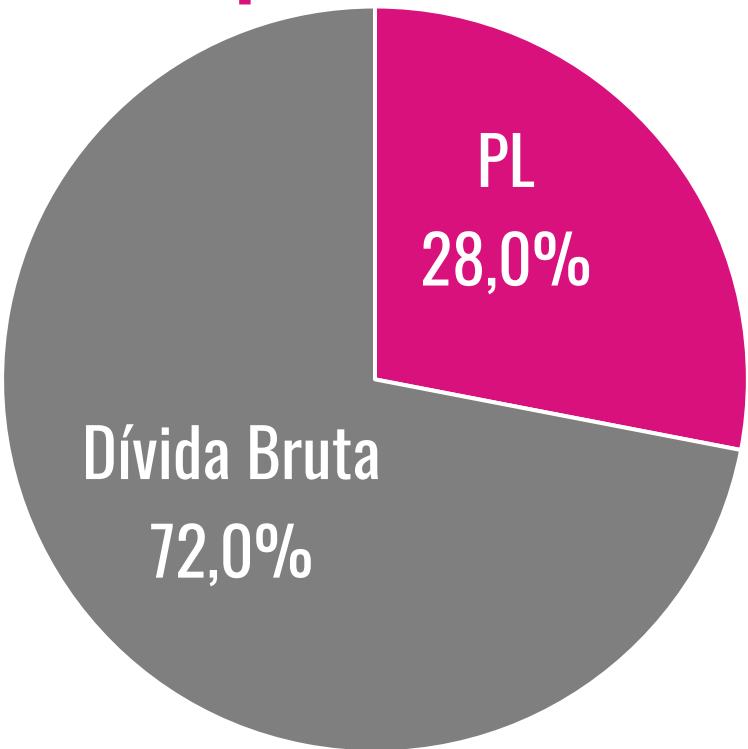
Dívida Bruta Total
R\$780,8 MM (2T23)



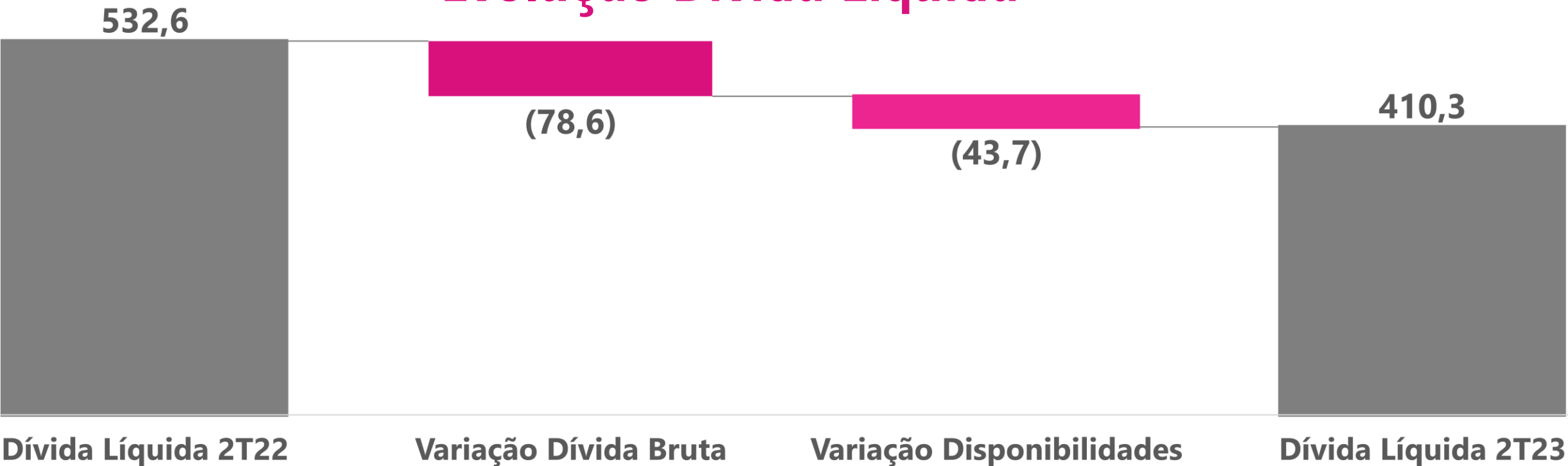
Dívida Bruta Marisa
R\$209,4 MM (2T23)



Dívida Bruta /
Capital Total



Evolução Dívida Líquida*



Caixa e Equivalentes
R\$340MM (2T23)

Patrimônio Líquido
R\$304,2MM (2T23)

*Dívida líquida incluindo *cash collateral*



GOVERNANÇA CORPORATIVA

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Altos padrões de Governança Corporativa
Diversidade na composição com membros altamente gabaritados

PRESIDENTE

Luis Paulo Rosenberg

Fundador da Rosenberg Consultoria
e conselheiro do Conselho Regional
de Economia



CONSELHEIRO

Marcio Goldfarb

Mais de 50 anos na Marisa
Ex-CEO da Marisa



CONSELHEIRO INDEPENDENTE

Paulo Silva

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



CONSELHEIRO

Ricardo Goldfarb

Diretor de Investimentos na Twister
Participações
Membro Comitê de Finanças



CONSELHEIRO INDEPENDENTE

Andrea Menezes

Ex-CEO do Banco Standard e ex-
conselheira do Banco Fibra
27 anos de experiência em finanças



DIRETORIA EXECUTIVA

Diretoria Executiva reformulada em 2023

Reestruturação da Companhia vem sendo conduzida por líderes experientes e eficazes



Diretor Presidente e DRI
João Pinheiro Nogueira Batista
Mais de 20 anos em finanças
Ex-Diretor Financeiro da Petrobras



Diretora Financeira
Roberta Leal
15 anos de experiência no
mercado financeiro



Diretor de Operações
Alexandre Abreu
Ingressou na cia em 2021 para
liderar a área de Data Analytics



Diretor Comercial
Daniel Charleaux
15 anos de varejo
Ingressou na Marisa em 2020



INICIATIVAS ESG

AÇÕES 2022/2023



Pacto Global Rede Brasil

Somos associados à **maior iniciativa de sustentabilidade corporativa do mundo**. Alinhamos a nossa estratégia aos 10 princípios universais de **Direitos Humanos, Trabalho, Meio Ambiente e Anticorrupção**, integrando os ODS e a Agenda 2030 nas nossas ações.



Somos associados **Instituto Ethos**, cuja missão é **mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerirem seus negócios de forma socialmente responsável**. Participamos ativamente dos **grupos de trabalho e treinamentos nas temáticas ESG** promovidos pelo instituto.



GERANDO FALCÕES

Com **caixas para arrecadação em 2 de nossas lojas** em São Paulo, auxiliamos na **doação de peças para o bazar social** dessa instituição. As peças são vendidas com até 70% de desconto para a comunidade local, apostando em **economia circular** e dando acesso a **bens de consumo para população de baixa renda**.



INSTITUTO
PROTEA

O **Instituto Protea** é nosso parceiro desde 2018, e tem como missão proporcionar, de maneira ágil e com qualidade, o **tratamento do câncer de mama para mulheres de baixa renda**. No último **Dia Rosa**, doamos **R\$100 mil reais** ao instituto. Nossa parceria continua através das doações geradas pelos livros da Mol.

Doações

No ano de 2022 doamos mais de **236mil peças de roupas, sapatos e acessórios** para mais de 9 instituições que possuem sinergia com a nossa causa de **fortalecer a autoestima da mulher e empoderá-la para que ela possa ser o que quiser ser**. Em 2023, já doamos mais de 150.168 peças para 6 instituições diferentes.



Desenvolvemos **6 grandes projetos** em parceria com a editora. **Todas as temáticas dos livros relacionadas com as causas da mulher apoiadas pela companhia**. Ao todo, doamos **R\$ 371 mil** para 3 instituições: **Instituto Rede Mulher Empreendedora (IRME)**, **Instituto Maria da Penha (IMP)** e **Instituto Protea**. Nossos projetos em parceria também contribuem para o Instituto Mol, a fim de fomentar a cultura de doação no Brasil, além de possuir carbono neutralizado.

#MarisaAcolhe

A **Marisa** segue junto às mulheres na luta por pautas ligadas ao universo feminino, como o enfrentamento à **violência doméstica**, com um canal de acolhimento exclusivo para colaboradoras, o **#MarisaAcolhe**, que auxilia mulheres que estejam passando por situações de **violência doméstica/familiar** a pedir orientação ou ajuda de **forma segura e sigilosa**.



O **#MarisaCuida** oferece **apoio psicológico** para colaboradores e familiares em diversas situações. Apóia também à **autonomia financeira e empregabilidade** da mulher em situação de violência doméstica e familiar, **viabilizando vagas de emprego** para as mulheres atendidas pela iniciativa.



Através de **doações de peças de roupas com e sem defeitos**, além do **patrocínio de um projeto de circular fashion** realizado nos CEUs de São Paulo, buscamos com essa parceria promover um **consumo mais consciente** e potencializar nossa contribuição com uma **sociedade mais justa**. As oficinas de *upcycling* vem acontecendo nos últimos meses com grande engajamento do público, em sua maioria feminino.

DIVERSIDADE E INCLUSÃO

Em 2022, realizamos **um censo** , que permitiu conhecer quem somos , **como nos sentimos e como vemos o ambiente** da Marisa relativo à Diversidade e Inclusão.

75% recomendam a Marisa como uma empresa que valoriza Diversidade e Inclusão.

Mais de **47%** dos funcionários tem de idade **entre 29 e 42** anos

75% dos funcionários são **mulheres**

58% se autodeclararam **negros**

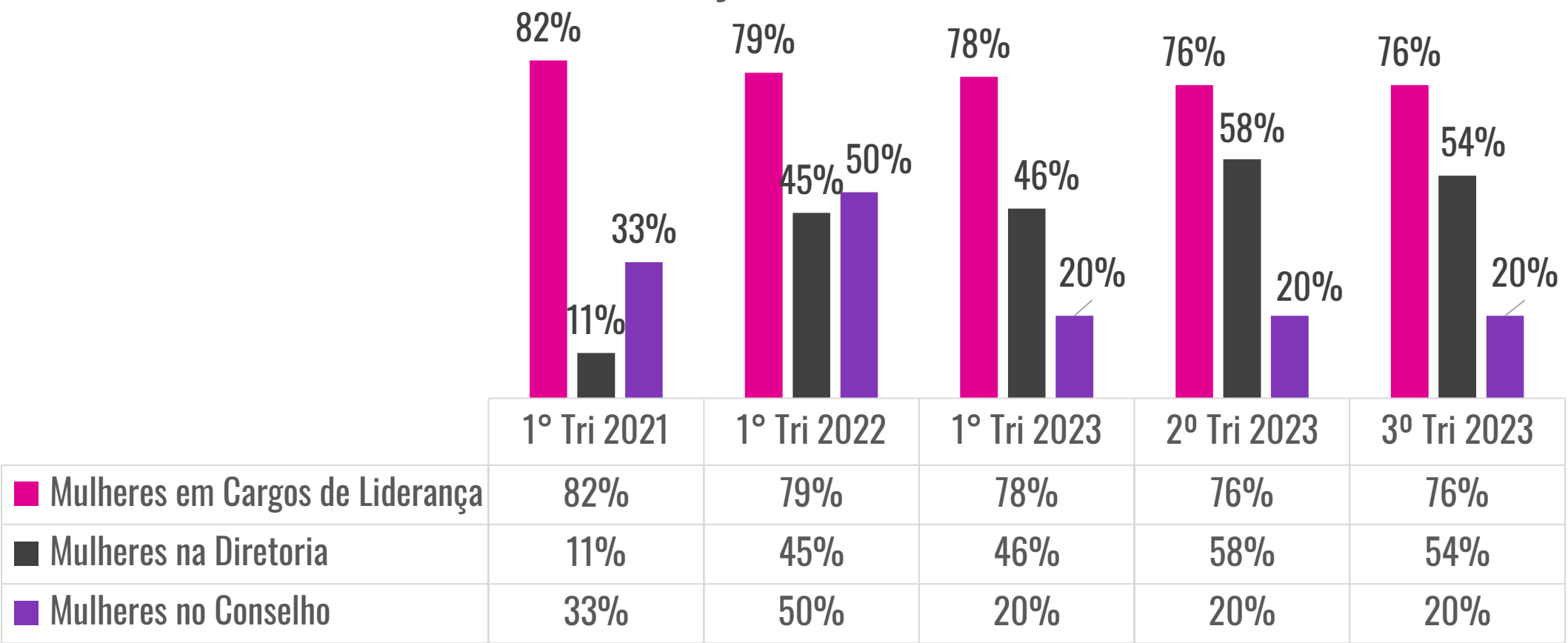
88 % se declaram cisgênero, identificando-se com o gênero atribuído no nascimento



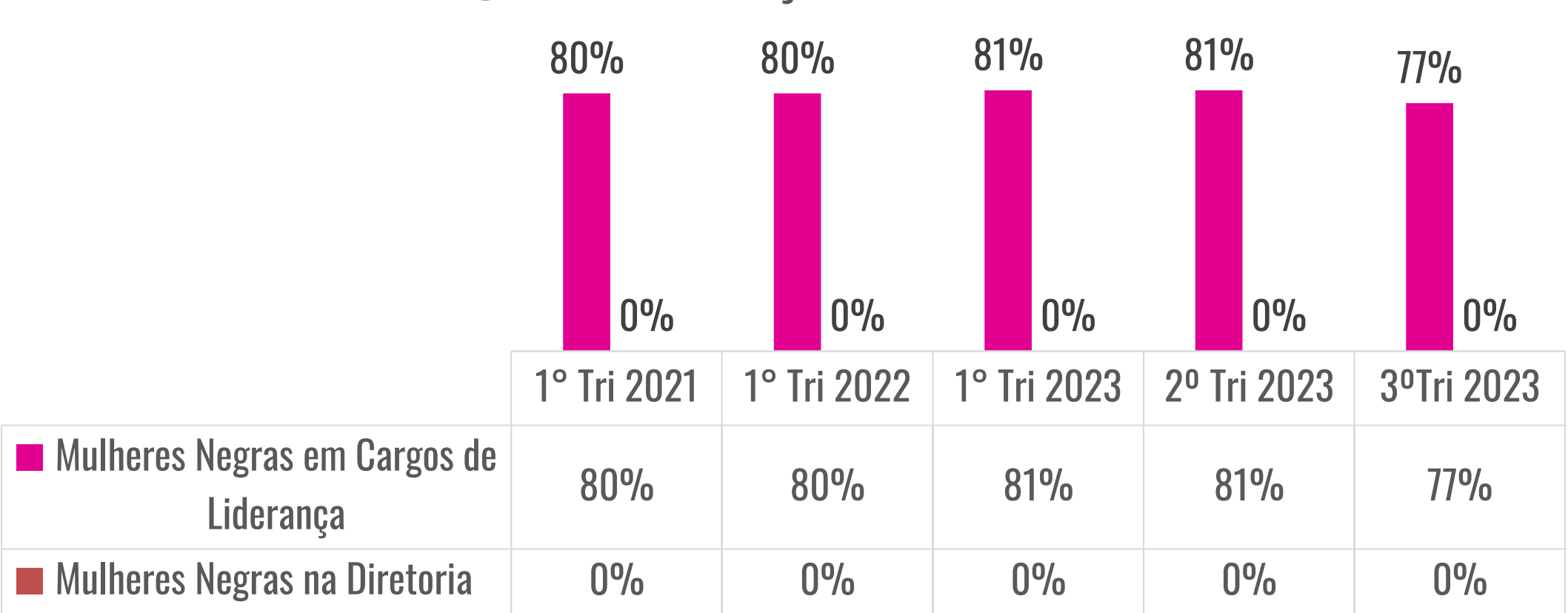
Em 2022, desenvolvemos nossa **estratégia de D&I até 2025**

Além disso, **distribuímos internamente a nossa primeira Cartilha de D&I** que trata de temas como **raça, sexualidade, diferença entre gerações, capacitismo**, entre outros.

Mulheres na Liderança - Comparativo Trimestral



Mulheres Negras na Liderança - Comparativo Trimestral



Equipe de RI:
João Nogueira Batista
Renata Coutinho
Jéssica Pinheiro
Victor Caruzzo
dri@marisa.com.br

marisa

NOTAS DE RESSALVA: As afirmações contidas nesta apresentação relacionadas a perspectivas sobre os negócios, projeções sobre resultados operacionais e financeiros e aquelas relacionadas a perspectivas de crescimento da MARISA LOJAS 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.