



APRESENTAÇÃO RESULTADOS 2023 & 4T23

**Call de Resultados: 23 de abril
14h (Brasília) / 13h (EST)**

**Link de acesso: [Clique aqui](#)
ID do webinar: 863 0775 1941**

marisa

DESTAQUES 4T23

4T23 serviu de alerta sobre nosso posicionamento comercial e competitividade.

Com isso, entendemos que um ajuste de rota seria necessário para potencializar uma marca de moda feminina tão forte e querida pelo nosso público-alvo.

-28% SSS

Impacto da retomada parcial de recomposição de estoque

**53,3%
Margem Bruta**

1,4 p.p. acima 4T22
Aceleração de giro de estoque em 53,5%

**(31,2%)
redução
SG&A**

Impulsionado pelo plano de eficiência operacional de 2023

**+273,1k
vs. 152,5k
(+79% de
evolução)**

novos cartões
Credsystem
(nov/23-mar/24)

**EBITDA
Varejo Pró-
Forma
(R\$21,8)mm**

Melhoria do EBITDA se comparado ao 3T23 em 76,7%

**Breakeven
do EBITDA
Digital**

**R\$1,7mm
recorrente**

DESTAQUES 2023

O ano de 2023 representou um importante ano na história da Marisa Lojas tendo em vista as diversas medidas adotadas pela Companhia para o fortalecimento de seus pilares operacionais e financeiros e para o ajuste das metas de curto, médio e longo prazo.

-19,7%
SSS

Impacto da retomada parcial de recomposição de estoque

49,3%
Margem Bruta

0,7 p.p. abaixo de 2022.

(24,3%)
redução
SG&A

Impulsionado pelo plano de eficiência operacional de 2023

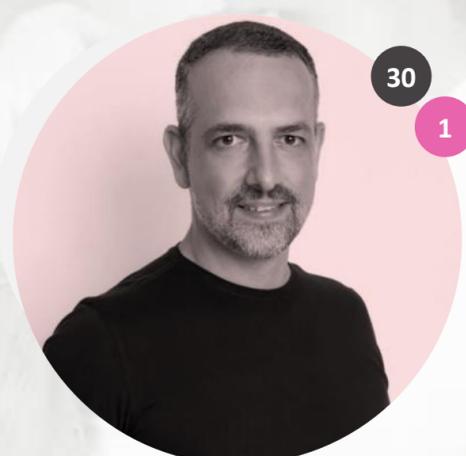
EBITDA
Varejo
Pró-Forma
(R\$92,7)
mm

Breakeven
do EBITDA
Digital
R\$2,2mm
recorrente

Sob nova administração



Andrea Menezes
Conselho de Administração



Edson Garcia
CEO

● Anos de experiência
● Anos de Marisa

Movimentação estratégica na liderança no 1T24

- *Nomeação de novo CEO alinhado com a estratégia de reposicionamento comercial. Grande expertise no varejo de moda voltado as classes populares.*
- *Nomeação de nova Presidente do Conselho de Administração e coordenadora do Comitê para Suporte ao Varejo com grande foco em governança, processos e gestão de riscos*

VISÃO DA LIDERANÇA SOBRE A 2ª FASE DA REESTRUTURAÇÃO

Reestruturação 2023: Foco no Caixa

Fechamento de Lojas

- Readequação do parque de lojas através do fechamento de 97 lojas (91 em 2023 e 6 no 1T24)
- Ajuste de um déficit de R\$62 mm EBITDA

Ajuste de Despesas

- Redução de 24,3% das despesas SG&A de Varejo (2023 vs. 2022)

Alavancagem Financeira

- Utilizamos toda nossa capacidade para manutenção de um caixa adequado para operação

Reposicionamento 2024: Foco no Comercial e Eficiência

Geração de Receita

- Adequação de sortimento com melhor custo-benefício
- Ampliação de categorias já existentes

Produto

- Maior governança na gestão comercial

CPV

- Ampliação de relacionamento da cadeia de fornecimento

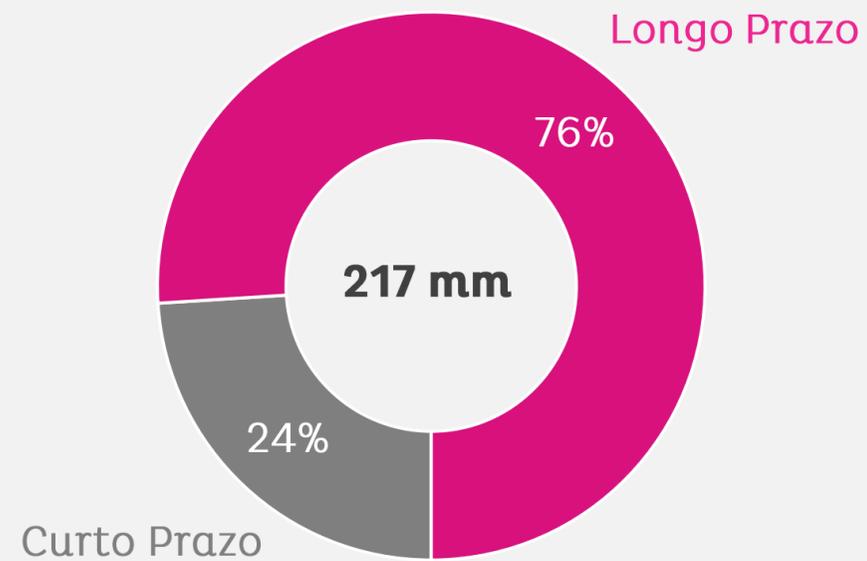


DESTAQUES FINANCEIROS

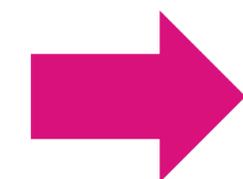
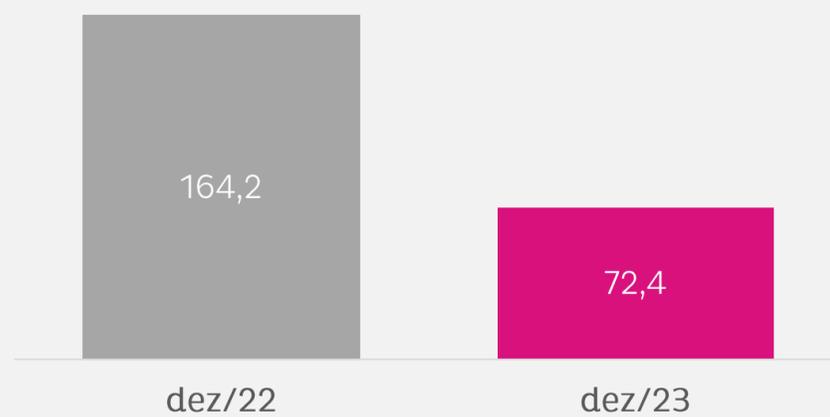
ALAVANCAGEM E FLUXO DE CAIXA

Dívida Bruta Marisa 4T23

%, R\$ mm



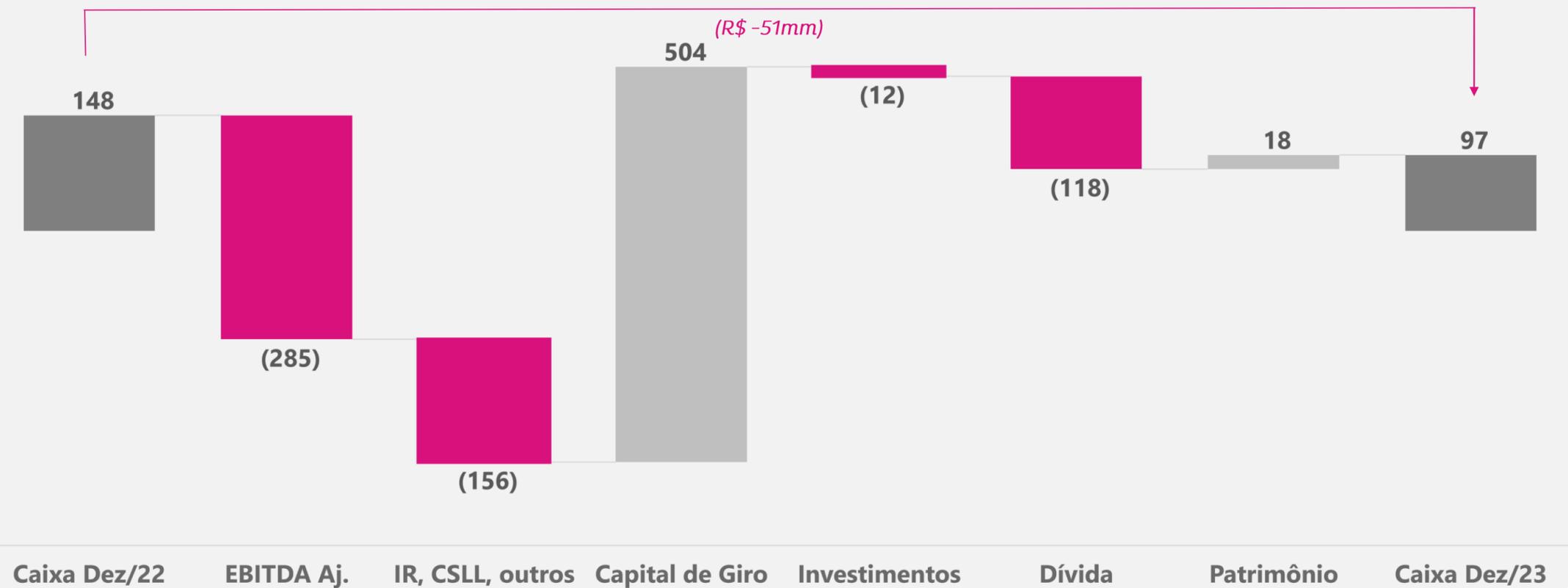
Dívida Líquida Total



Diminuição da Dívida Líquida em 56%.

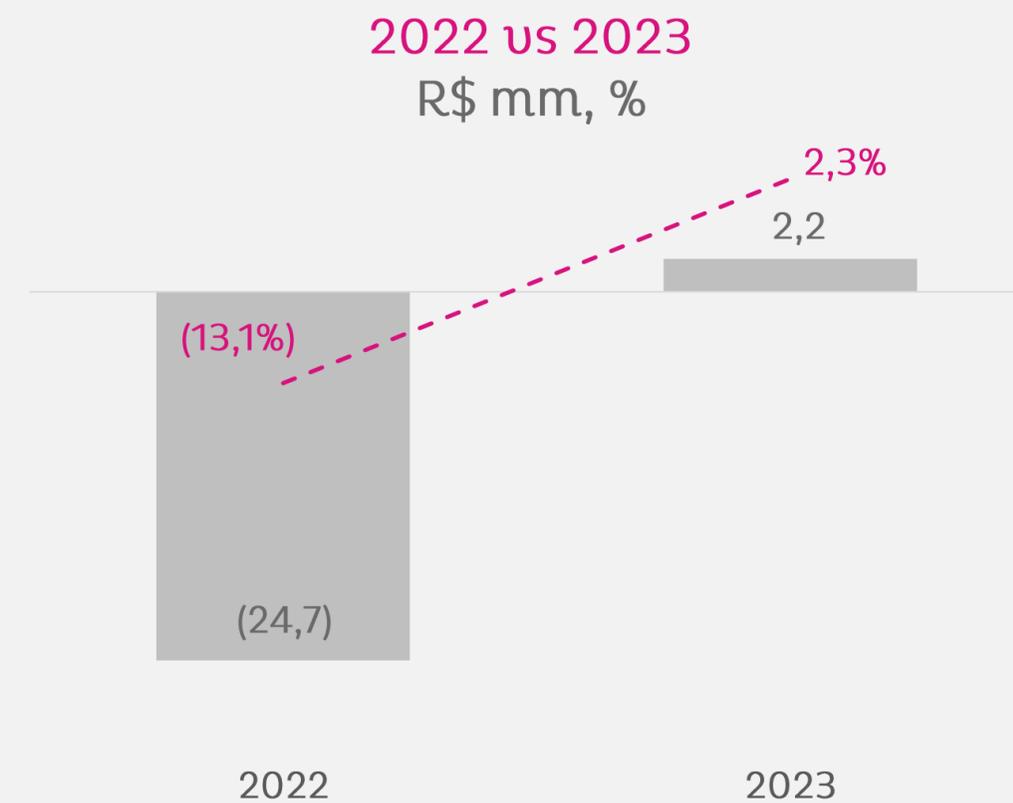
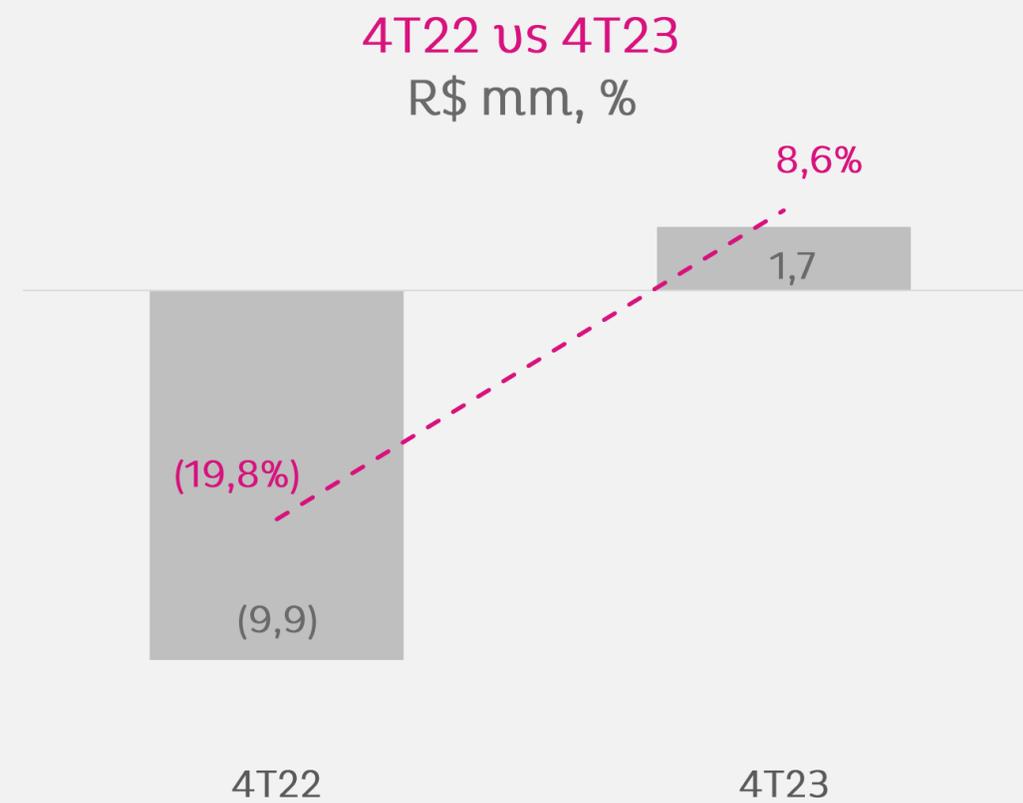
Evolução do Caixa 2023

(R\$ mm)



RENTABILIZAÇÃO DO CANAL DIGITAL

EBITDA E MARGEM DOS CANAIS DIGITAIS





**RETORNO AO
NOSSO DNA**

TEMOS UMA MARCA TOP OF MIND QUE COM FORTE RECONHECIMENTO PELA MULHER BRASILEIRA...

Marca altamente reconhecida pela mulher brasileira

Atende a **mulher brasileira** em todas as etapas da vida

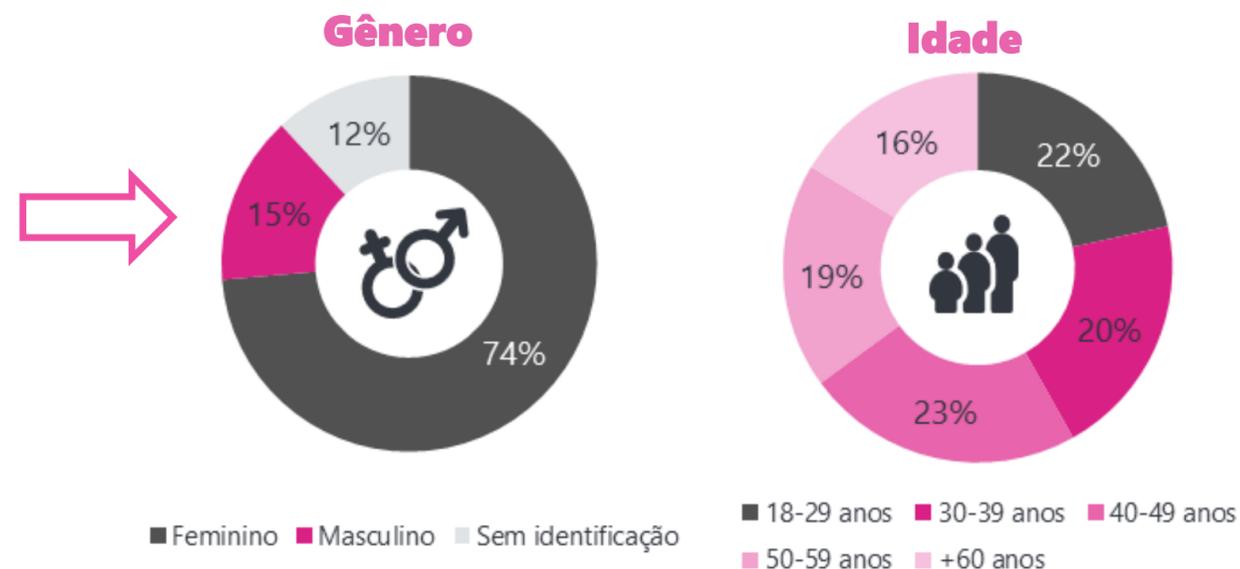


Considerada pela mulher brasileira como a **marca que mais a entende**¹

Uma **marca que evolui** e que permanece sua **parceira**¹

Com sortimento predominantemente feminino para todas as idades...

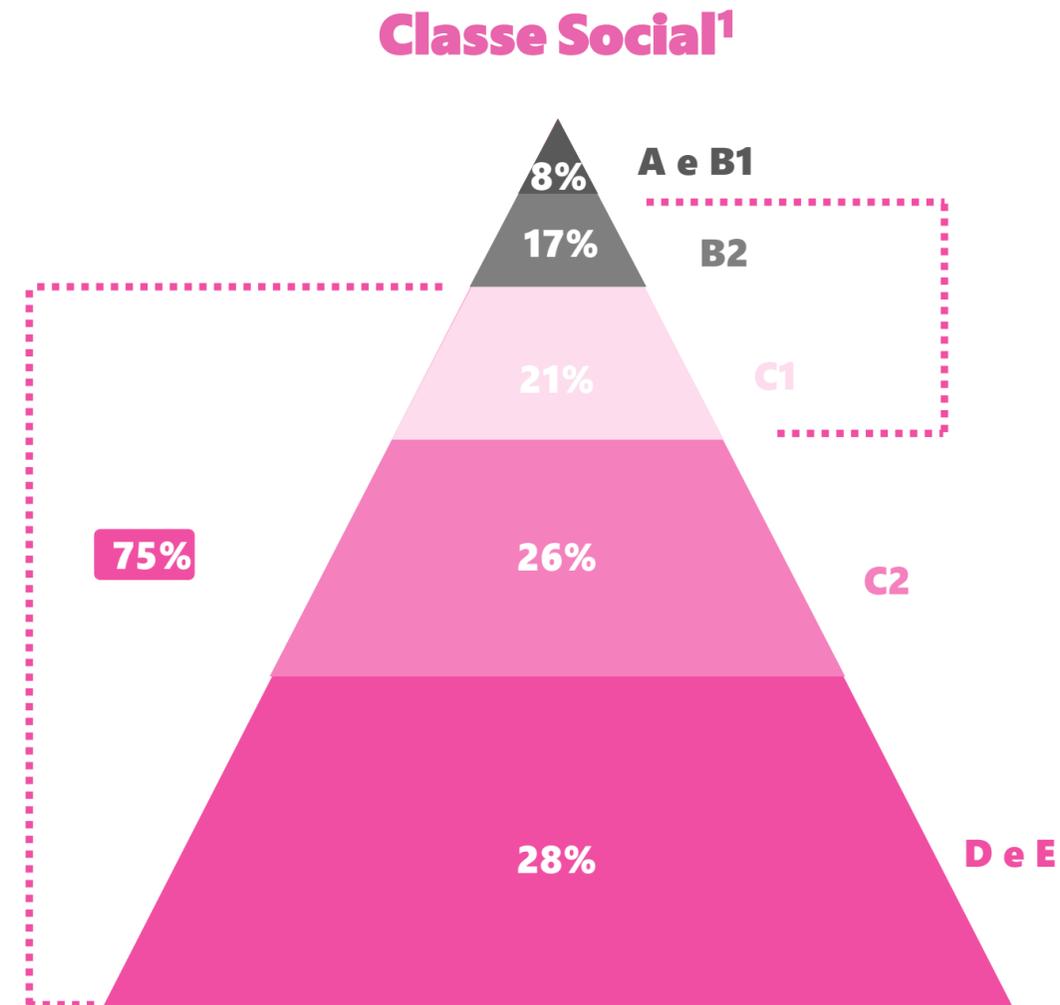
... que é condizente com o **mix de gênero de outros players populares**



1. Fontes: Pesquisa com Consumidor Kantar (3T23)

...NOSSAS CLIENTES E PARQUE DE LOJAS ESTÃO DE ACORDO COM O SEGMENTO POPULAR

Renda média familiar da cliente Marisa de até R\$4.000/mês em linha com distribuição da pirâmide entre Classes C e D...



Porém nossa proposta de valor nos últimos anos mirava um segmento mais restrito e menos em linha com a faixa de renda de nossas clientes (B2/C1)

Fontes: Mind Miners, IBGE (2022)

Notas: (1) Pesquisa realizada em 2023; (2) Classificação por renda familiar média: A = Acima de R\$ 21,827; B1 = Entre R\$ 10,361 e R\$ 21,827; B2 = Entre R\$ 5,755 e R\$ 10,361; C1 = Entre R\$ 3,277 e R\$ 5,755; C2 = Entre R\$ 1,966 e R\$ 3,277; DE = Abaixo de R\$ 1,966

NOSSAS CLIENTES E LOCALIZAÇÃO ESTÃO DE ACORDO COM O SEGMENTO POPULAR



237 Lojas²

97 Lojas fechadas¹

Exemplos de praças populares onde estamos...

83 Lojas no estado do SP (29 na cidade de São Paulo)

Bairro	Cidade
Itaquera	São Paulo
Santana	São Paulo
Itaim Paulista	São Paulo
Lapa	São Paulo
Vila Maria	São Paulo
Itaim Paulista	São Paulo
Vila Formosa	São Paulo
Pirituba	São Paulo
Centro	Diadema
Centro	Guarulhos
Centro	Osasco
Cidade Intercep	Taboão da Serra
Jd Armenia	Mogi das Cruzes

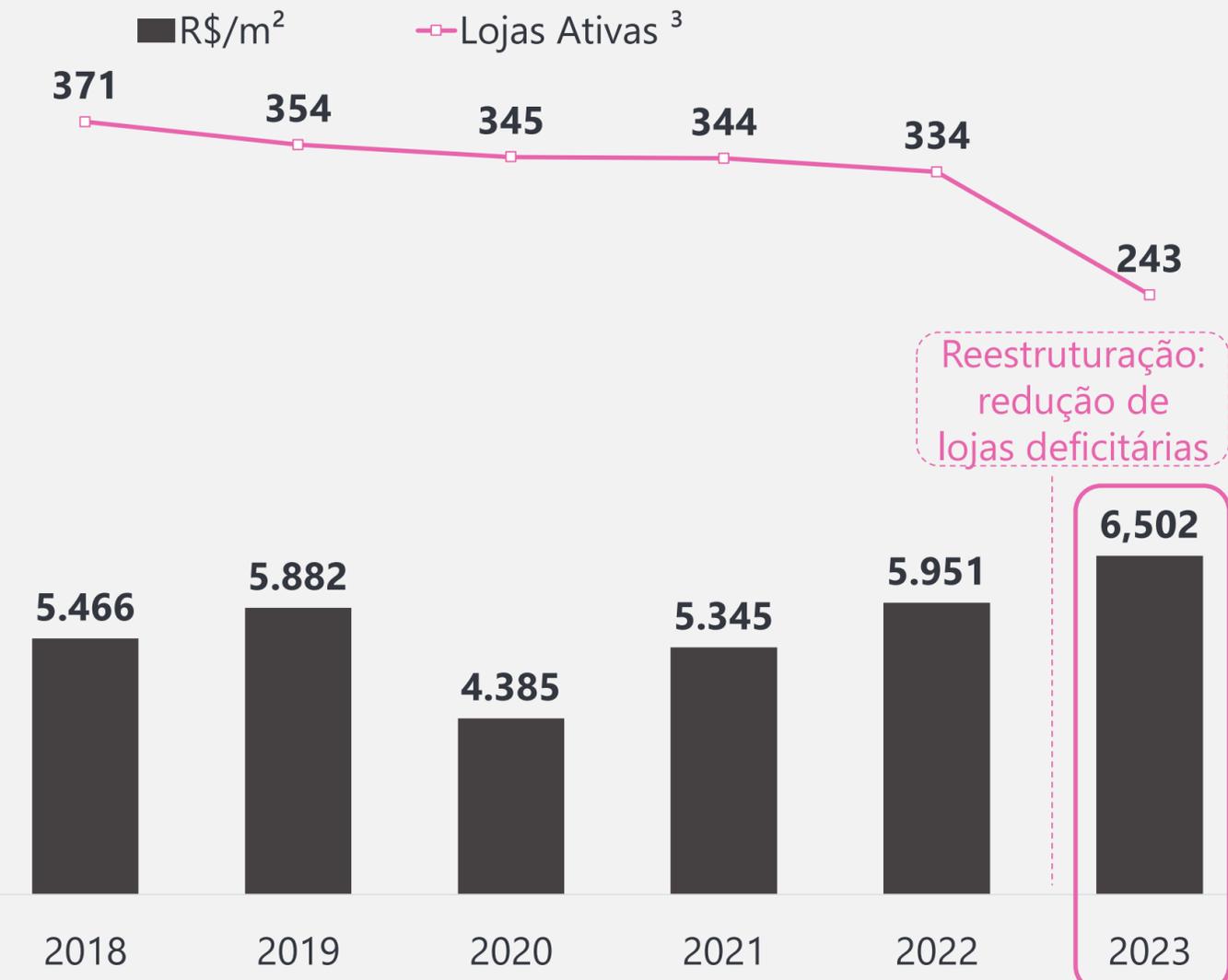
13 Lojas no estado do RJ (3 na cidade do Rio de Janeiro)

Bairro	Cidade
Cachambi	Rio de Janeiro
Campo Grande	Rio de Janeiro
Alcantrara	São Gonçalo
Centro	Nova Iguaçu
Granja dos Cavaleiros	Macaé
Outeiro das Pedras	Itaboraí
Bangu	Rio de Janeiro
Centro	Macaé
Centro	Duque de Caxias
Centro	Campos dos Goytacazes
Portinho	Cabo Frio
Centro	Nova Friburgo
Nova Iguaçu	Nova Iguaçu

...E NOSSA ROL/M2 TEM BASTANTE ESPAÇO PARA CRESCER COMPARADO AO MERCADO "POP"

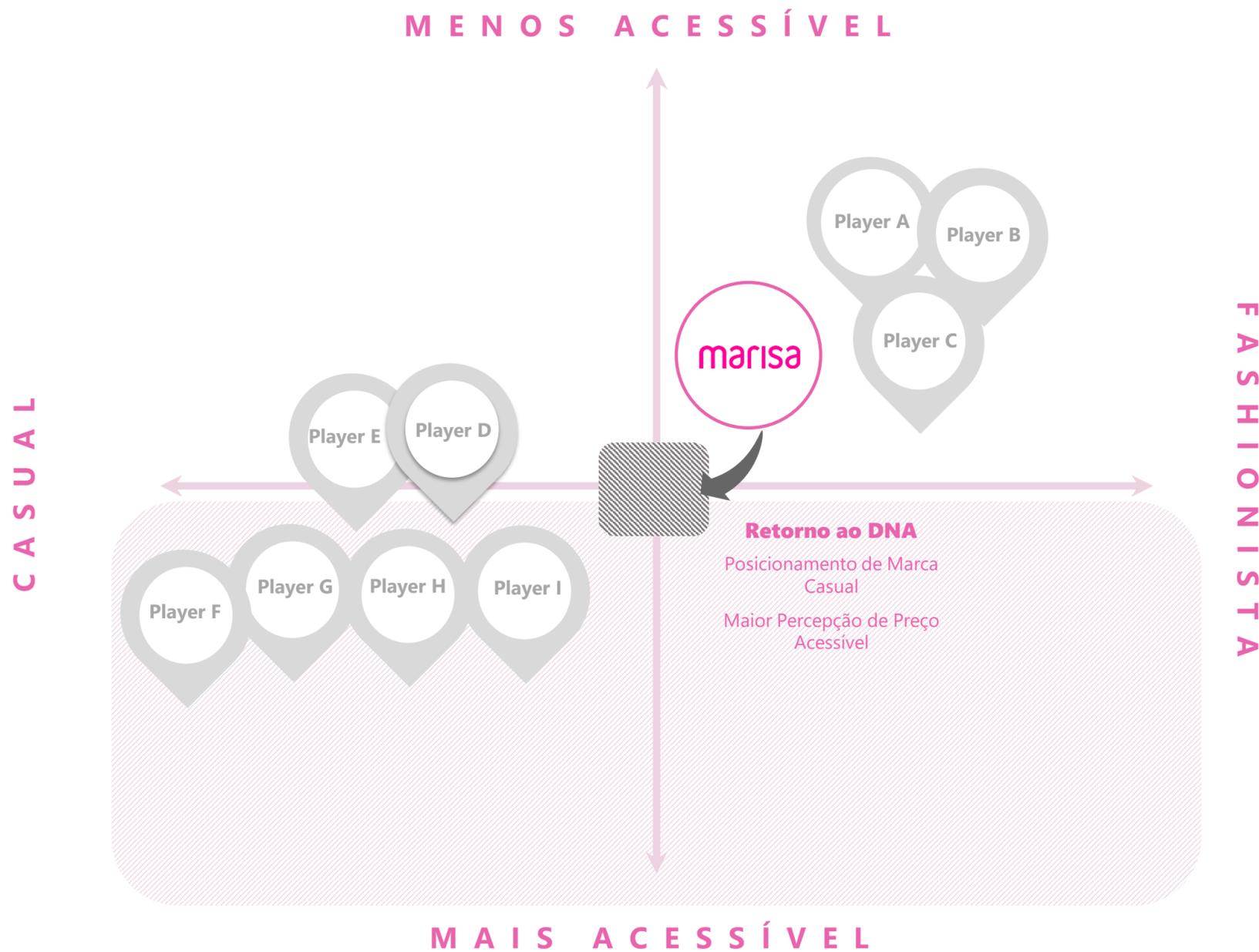
Receita Líquida Varejo por m²

de lojas, R\$ '000/m²



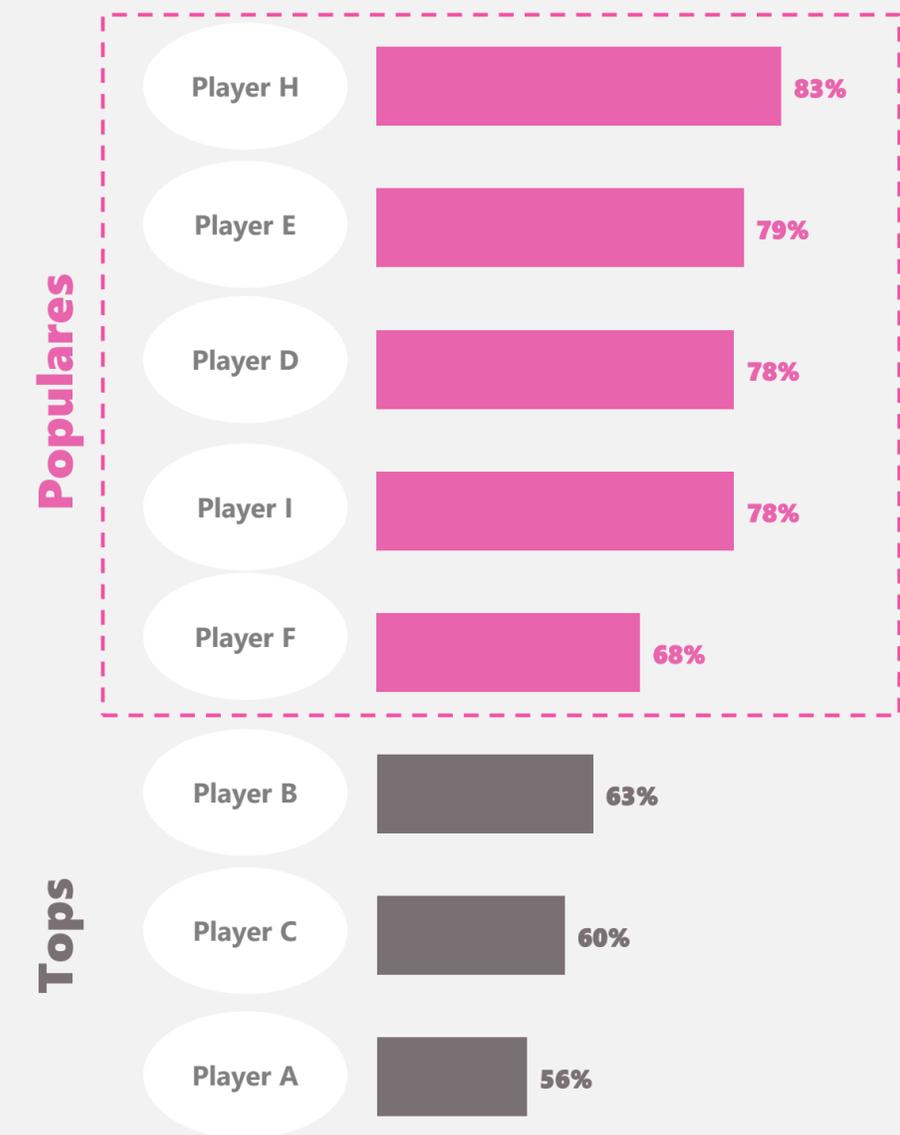
No fechamento de lojas, houve uma melhora de **receita/m²** porém muito abaixo do potencial de **venda/m²** dos pares populares.

UMA NOVA PROPOSTA DE VALOR MAIS ACESSÍVEL E CASUAL



Share de Clientes da Marisa vs Concorrentes

% de clientes de marcas concorrentes que também compram na Marisa



Readequação da proposta de valor permite que a Marisa volte a crescer no nicho popular

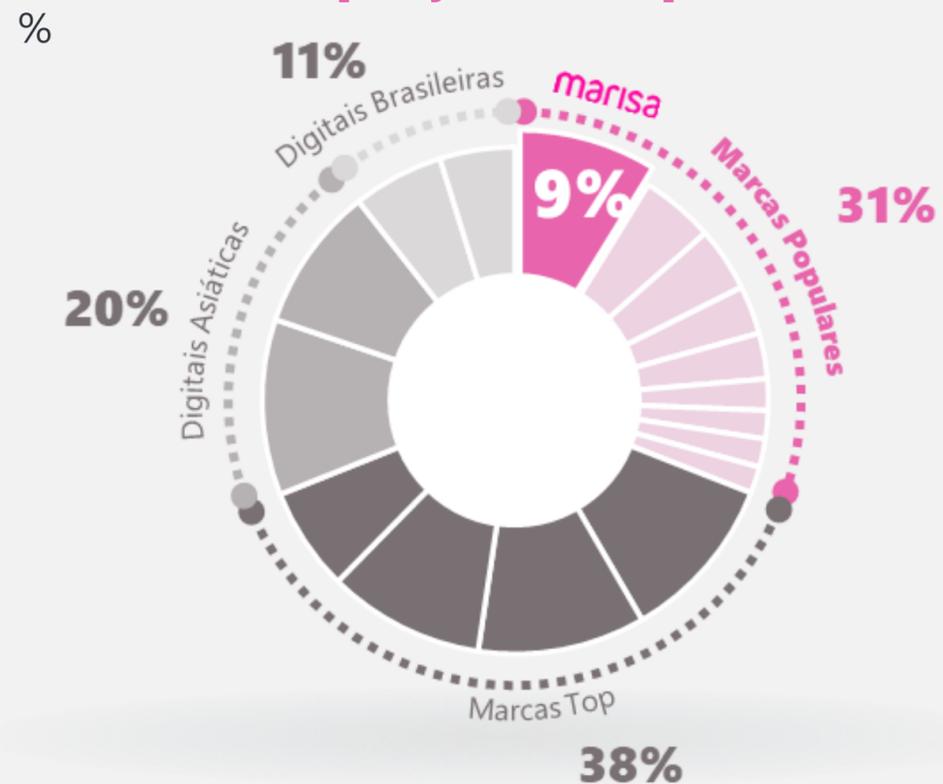
Fonte: Tracking de Marcas Kantar (Janeiro à Outubro de 2023)

OPORTUNIDADE PARA RECUPERAR SHARE NO MERCADO QUE PERTENCE

Apesar de desacertos de posicionamento ao longo dos últimos anos, a Marisa continua bem posicionada na liderança entre as marcas populares, com 9% de share (vs. o segundo maior com 5%)

As marcas populares foram menos afetadas pelo aumento de relevância das digitais asiáticas, considerando a predisposição de compra

Share de Predisposição de Compra (2023)^{1,2}



Variação do Share de Predisposição de Compra (2022 vs 2023)

p.p.





**ALAVANÇAS
DA NOVA
GESTÃO
COMERCIAL E
OPERACIONAL**

FOCO NO PERFIL DA CLIENTE

A

Preparação de Sortimento Adequado

Planejamento de coleção alinhado com a **versatilidade/ocasião buscada** pelo Cliente Marisa

B

Posicionamento/Percepção de Preço Acessível

Maior destaque aos produtos com alto custo benefício e portfólio com preços mais acessíveis

C

Mudança de Layout

Mudança na **comunicação visual do produto e da loja** buscando mostrar o ambiente e sortimento alinhados com a proposta de valor da Marisa

Reestruturação de uma loja **aderente ao perfil de cliente Marisa** e com percepção de **produtos versáteis** e com **alto custo-benefício**

NOVO RITO DE GOVERNANÇA E PROCESSOS NO PLANEJAMENTO DAS COLEÇÕES

I Definição estratégica de posicionamento e competidores (Conselho/CEO)

II Estrutura mercadológica, sortimento e precificação

Estrutura Mercadológica

Setor

6

Subsetor

35

Categoria

630



Feminino



Masculino



Infantil

...



Casual



Fashion



Romântico

...

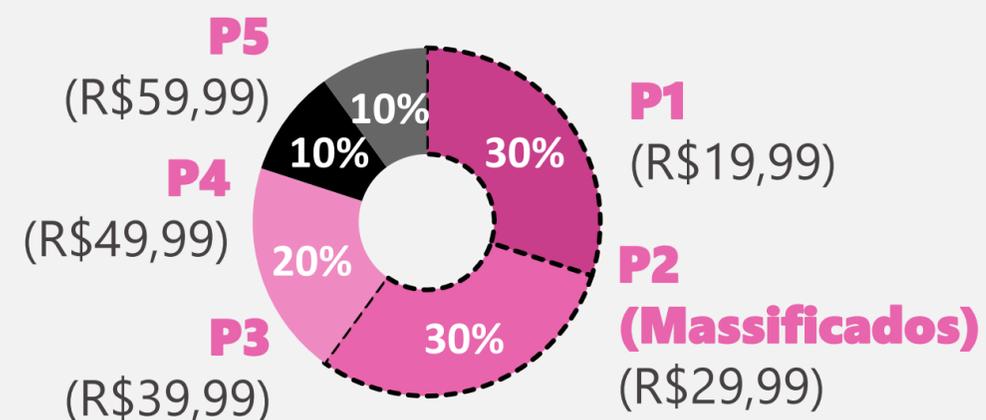


Top de Malha

...

Ex: Feminino Casual | Top de Malha - Manga Curta

Participação nas vendas por preço (R\$,%)



Foco da Marisa

III Rituais de gestão e acompanhamento da execução discutidos pela Diretoria Comercial



EXECUÇÃO DO “REPOSICIONAMENTO COMERCIAL” EM LOJA

Antigo layout de loja

marisa



Novo layout de loja



II

Vitrines com ofertas especiais: agressividade de preço



IV

Produtos massificados com preços alinhados aos populares (P2 e P3)



Layout de Loja Padrão

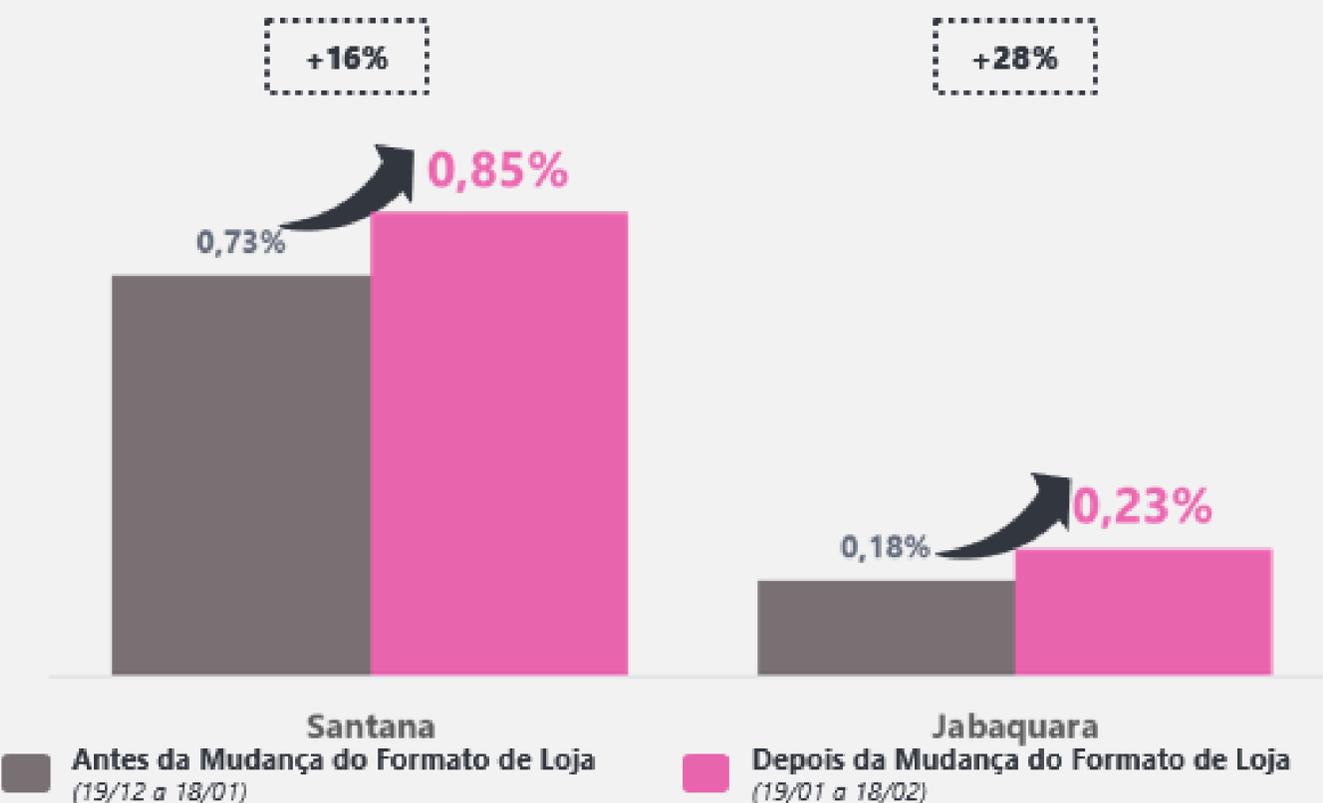
RESULTADOS INICIAIS DE PILOTO DE LOJAS COM BOM DESEMPENHO

Resultados Financeiros Notáveis com a Mudança de Formato

Antes da mudança do formato de loja vs. Depois da mudança do formato de loja nas lojas de Santana e Jabaquara⁽¹⁾

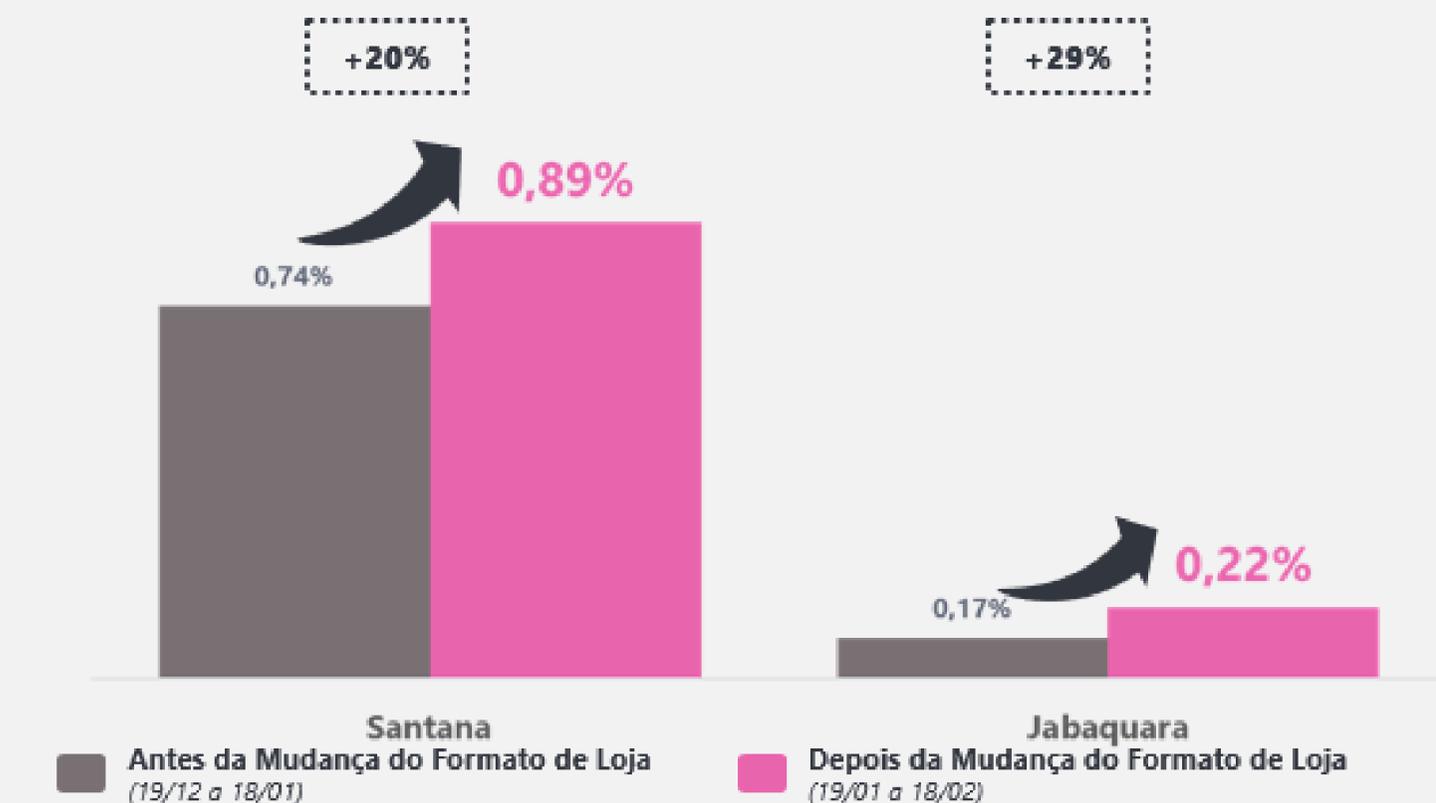
Evolução da Representatividade da Receita Bruta

(Antes da mudança do formato de loja vs. Depois da mudança do formato de loja - %)



Evolução da Representatividade do Lucro Bruto

(Antes da mudança do formato de loja vs. Depois da mudança do formato de loja - %)



O plano de mudanças vem demonstrando resultado de vendas e ressalta a imagem da Marisa mais próxima à seu cliente pela alta atratividade comercial do novo modelo

Nota: (1) Considera o período de análise entre 19 de dezembro de 2023 e 18 janeiro 2024 e entre 19 de janeiro de 2024 e 18 de fevereiro de 2024;



CONSIDERAÇÕES FINAIS



CONSIDERAÇÕES FINAIS



Oportunidade de **aumento de produtividade (receita e custos) por metro quadrado**



Gestão e governança com experiência no varejo de moda para garantir **reposicionamento comercial e custo benefício** alinhado ao DNA Marisa



Foco em maior eficiência operacional com espaço para **redução de custos e despesas** alinhado com o posicionamento da marca



Oportunidade de incremento de resultado com **parceria de crédito (Credsystem)** e **plataforma de serviços que complementam nosso portfólio**



Q&A

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.

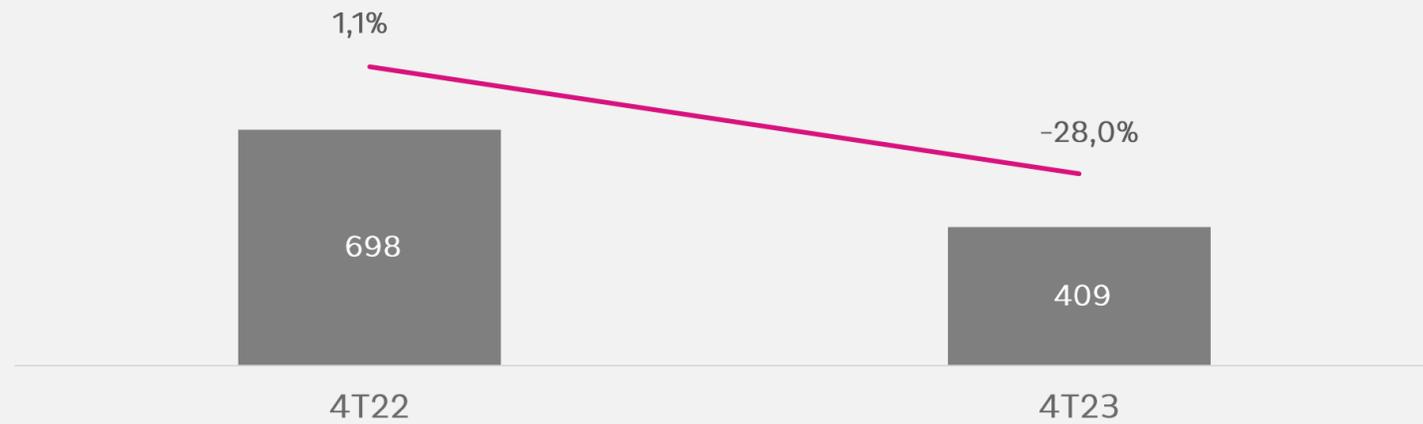


ANEXO

DESTAQUES RESULTADOS VAREJO 4T23 (PRÓ-FORMA)

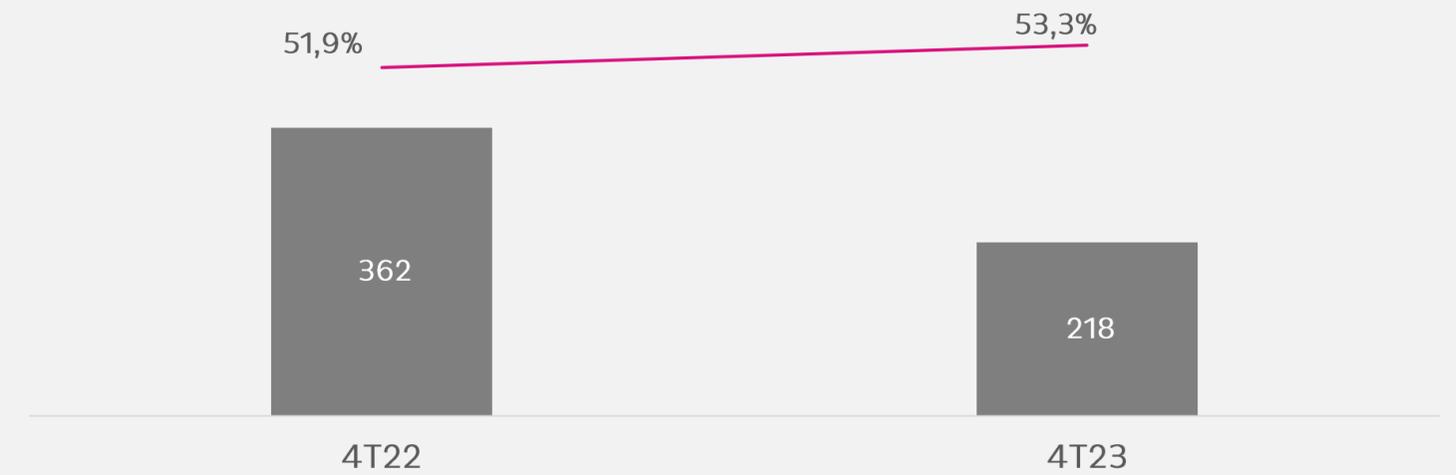
Evolução Receita Varejo e Crescimento SSS

R\$ mm, %



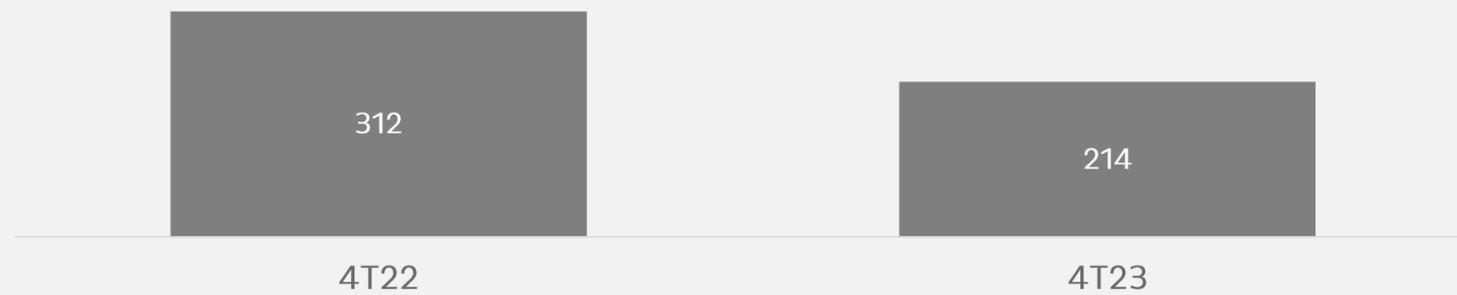
Evolução Lucro e Margem Bruta Varejo

R\$ mm, %



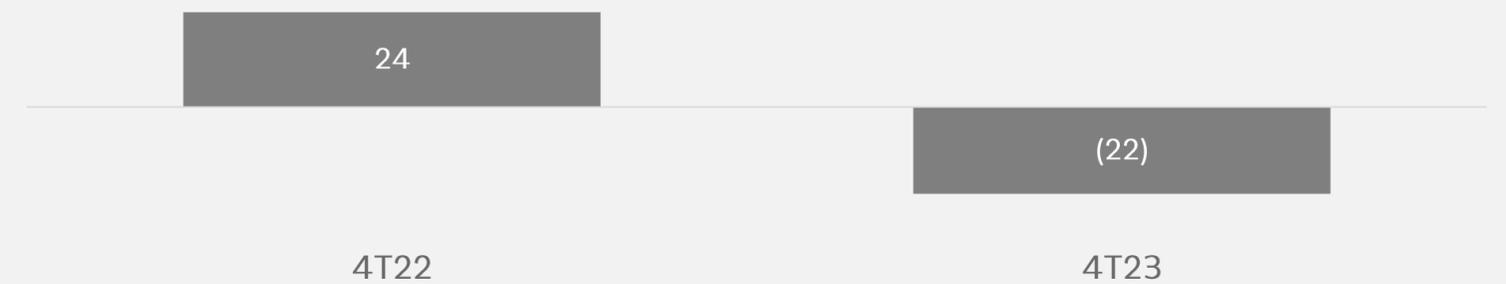
Despesas Operacionais Varejo

R\$ mm



EBITDA Varejo Pró-forma

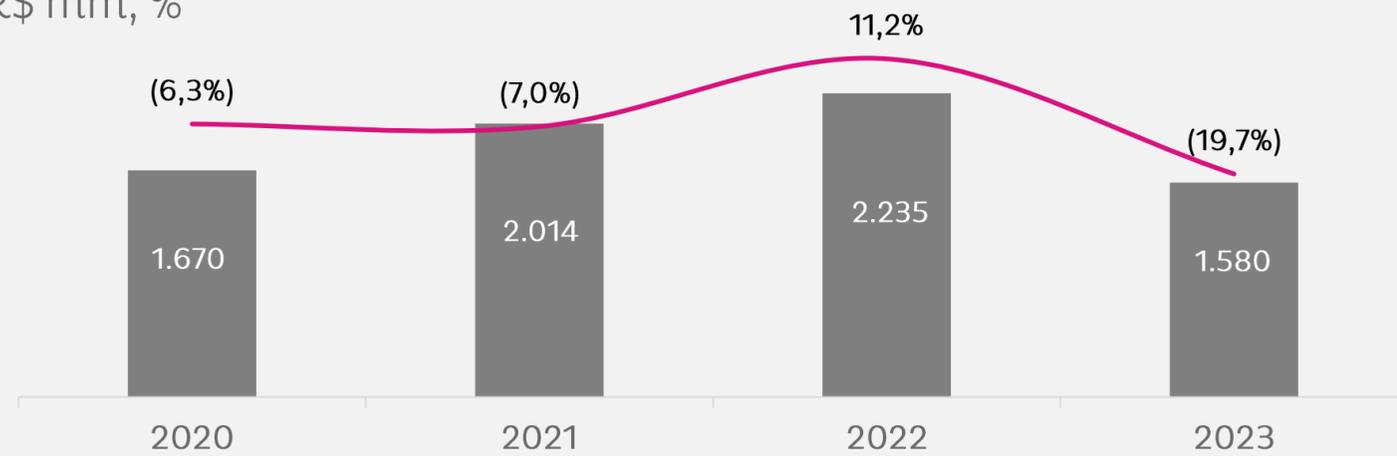
R\$ mm



DESTAQUES RESULTADOS VAREJO 2023 (PRÓ-FORMA)

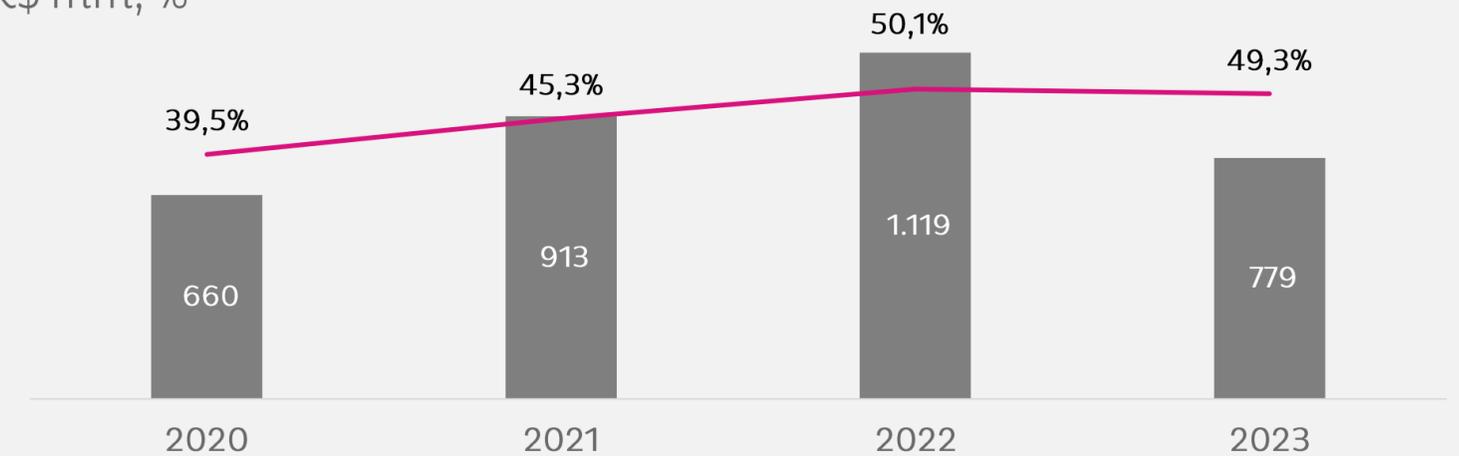
Evolução Receita Varejo e Crescimento SSS

R\$ mm, %



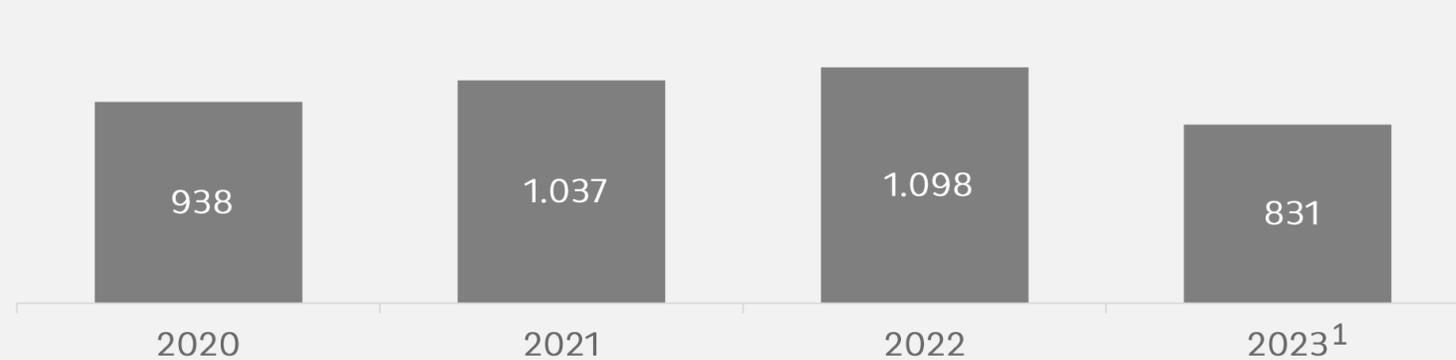
Evolução Lucro e Margem Bruta Varejo

R\$ mm, %



Despesas Operacionais Varejo

R\$ mm



EBITDA Varejo Pró-forma

R\$ mm

