



12 de agosto de 2021

RESULTADOS 2T21

Call de Resultados:
13/agosto às 14h (BR) / 13pm (ET)

Telefones: PT +55 (11) 3137-8046
EN (+1) 786 837 9597

Código de acesso: Marisa
Webcast: ri.marisa.com.br



marisa

Destaques do 2T21

marisa

São Paulo, 12 de agosto de 2021 – A Marisa Lojas S.A. (“Marisa” ou “Companhia”) – (B3: AMAR3; Bloomberg: AMAR3:BZ), a *Plataforma da Mulher Brasileira*, anuncia os resultados do 2º trimestre de 2021 (2T21).

- **SSS de -6,1% no 2T21 (base 2T19) ou 0,8% em dias comparáveis; -18,0% em 1S21 (base 1S19);**
- **Rede de lojas reabertas a partir do dia 18 de abril, mas ainda com uma média de 65% das lojas com restrições em horário de funcionamento ao longo do trimestre;**
- **Vendas da Plataforma Digital com crescimento de 142% no 2T21 (base 2T19), representando 14,4% das vendas totais de varejo – comparado com 2T20, crescimento foi 14%;**
- **APP atingindo 8,8 milhões de downloads no 2T21 – já ultrapassando 10 milhões no final de julho – representando 67% das vendas do canal digital no 2T21;**
- **Margem bruta do varejo com expansão marginal, atingindo 45,7% no 2T21;**
- **SG&A de varejo com redução nominal de 6% comparado com 2T19;**
- **EBITDA do Mbank foi -R\$1,3 milhões vs +R\$40 milhões no 2T19. Nos 6M21, o EBITDA já voltou ao mesmo patamar do 6M19;**
- **EBITDA Ajustado total de -R\$20 milhões vs +R\$39 milhões no 2T19 e -R\$11mm nos 6M21 vs +R\$83 milhões nos 6M19.**



**Nossos destaques operacionais apresentados abaixo comparam o 2T21 com 2T19, considerando a magnitude do impacto e as distorções causadas pela pandemia nos resultados do 2T20.*

Mensagem da Administração

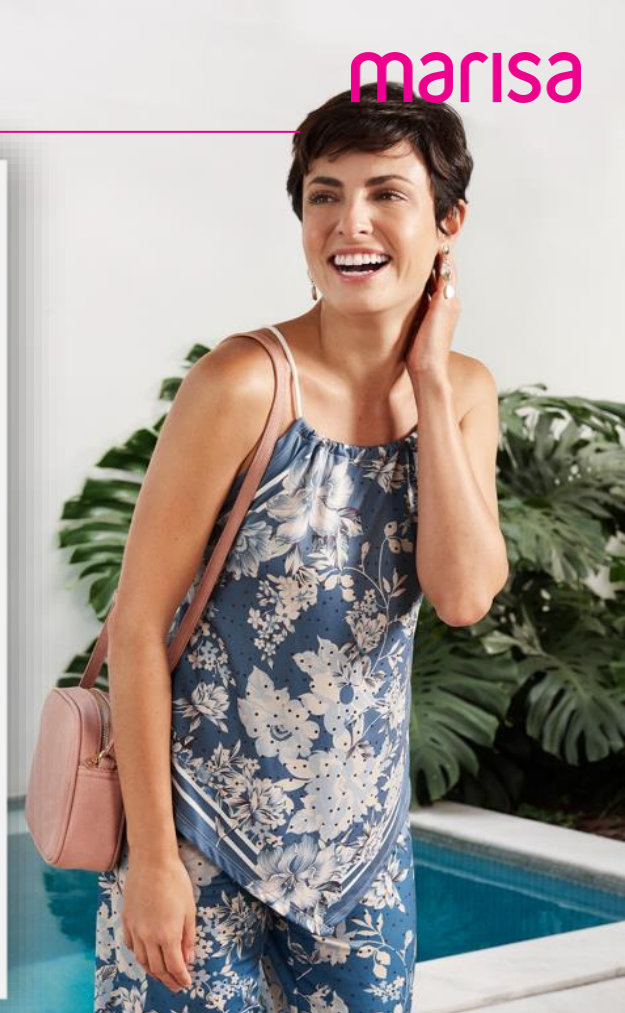
marisa

O primeiro semestre de 2021 foi bastante desafiador para a Companhia, em face a segunda onda do COVID-19. Entramos no 2T21 com uma situação semelhante ao 1T21, com a maior parte das lojas fechadas nos primeiros 18 dias, tendo a reabertura ocorrido de forma gradativa, resultando em uma operação nos meses de maio e junho com média de 65% de restrições de horários.

Após a retomadas das atividades em abril, nossa recuperação de vendas foi expressiva e continuou ao longo do mês de maio, mesmo após o Dia das Mães. Tivemos o melhor Dia das Mães dos últimos 5 anos com crescimento de vendas de dois dígitos versus 2019 e ganhos de margem. Na virada de junho, vimos uma acomodação de vendas impactadas pela demora da chegada do frio e, ao longo do mês, observamos queda de fluxo bastante relevante nas lojas físicas, que atribuímos à uma combinação de um arrefecimento na demanda reprimida com a piora na conjuntura econômica.

Os fatores mencionados acima resultaram em uma queda de SSS de 6,1% no 2T21 versus 2019, tendo a forte retração de fluxo sido, em parte, mitigada pelo avanço significativo na conversão e redução dos markdowns. A melhoria no nosso NPS que, no trimestre, atingiu 77% (chegando a 80% para lojas físicas) e virou uma referência de excelência, reforça nossa visão que a queda de fluxo é indicativo de uma piora macro impactando o fôlego do consumidor de renda média/baixa, amortecido pelas evoluções na operação e proposta de valor da Marisa.

Apesar dos desafios das restrições de funcionamento e eventual queda de fluxo ao longo do trimestre, adotamos medidas para garantir a saúde da operação, preservando nossa estratégia de suprimentos e estrutura de despesas – iniciativas que já vínhamos implementando desde 2020. Mantivemos os nossos estoques sob controle operando, em média, 24% abaixo dos dois anos anteriores. Isso preservou nossas margens devido à





redução de markdowns excessivos. Nossa margem bruta do 2T21 teve um leve incremento de 0,2 p.p. versus o 2T19, atingindo 45,7%, refletindo nossos esforços de melhoria na gestão de estoque e sortimento desde o primeiro trimestre. Ao longo do segundo trimestre, também continuamos avançando nos ganhos de produtividade, com uma melhoria de SG&A do varejo de 8% em relação ao período de 2019.

A companhia continuou avançando também na sua agenda estratégica de multicanalidade. Nossa plataforma digital teve um crescimento importante de 142% versus 2T19 e 14% comparado com 2T20, base mais desafiadora em função do crescimento de 113%. Uma das principais alavancas da nossa operação digital foi o nosso APP, que na virada do trimestre já tinha 8,8 milhões de downloads e representando 67% das vendas da operação digital como um todo. No final de julho ultrapassamos 10 milhões de downloads. Além do APP, avançamos na implantação da nossa dark store que será fundamental para nossa estratégia de multicanalidade. A primeira unidade de SP tem superado nossas expectativas, atingindo R\$23,6 milhões em vendas de fevereiro a julho, com redução do prazo médio de entrega e custo de frete. Nosso plano é expandir o modelo em MG, RJ e BA nos próximos meses devendo as dark stores representar aproximadamente 30% dos pedidos até fim de 2022.

Em junho, lançamos a Sacola de Vantagens dentro do nosso APP – uma plataforma multicanal que oferece vantagens exclusivas e integra as lojas físicas ao APP Marisa. No final de julho, a plataforma já estava disponível nas nossas 344 lojas representando 3% das vendas com expectativa de atingir 5% até o final do ano. Além de promover uma melhor experiência de compra para nossas clientes, a iniciativa deve atrair novas consumidoras Marisa e aumentar nosso ticket médio.

Alinhado com nosso plano digital, nossa primeira loja com novo conceito, inaugurada no Shopping Parque D. Pedro em Campinas, SP, em 2020, já nasceu com a estrutura



A GENTE TE
AJUDA A SER MAIS.

tecnológica para a implementação de transformações digitais como, a sacola de vantagens, click & collect, ship-from store, totem e mobile checkout. Além da experiência integrada, nossa loja piloto tem foco no tripé qualidade, tendência de moda e custo-benefício. O plano de reformas foi estendido para mais quatro lojas ícones em São Paulo.

*Nossa operação de serviços financeiros continua sólida, com incremento na penetração de serviços nas vendas do APP, tendo ultrapassado a marca de 43% dos clientes que compraram via aplicativo utilizando os cartões Marisa. Em maio, iniciamos o processo de reestruturação da área que, além da simplificação da estrutura societária e operacional dos produtos financeiros, também resultou na criação de uma nova identidade visual com a criação do **Mbank Marisa**. O portfólio de produtos está sendo revitalizado em um movimento que culminará com a introdução de uma carteira digital integrada com o APP da Marisa Lojas.*

Esperamos um segundo semestre melhor que o primeiro, considerando a diminuição de casos de COVID-19 dada a aceleração do programa de vacinação nacional. Acreditamos em uma melhoria de performance operacional, refletindo cada vez mais o trabalho que temos feito para trazer maior consistência a nossa operação de varejo. Para 2021, mantemos nosso compromisso com a agenda de ações de desenvolvimento de coleções mais exitosas e processos de alocação de produtos nas lojas, o rollout do nosso novo modelo de lojas e da carteira digital, e nossa estratégia de transformação digital para nos consolidarmos a PLATAFORMA DA MULHER BRASILEIRA.

Muito obrigado,
Marcelo Pimentel
Diretor Presidente

Indicadores Financeiros e Operacionais

marisa

Destaques Financeiros (R\$ mn)	2T20	2T21	Var (%)	2T20 Pró- forma	2T21 Pró- forma	Var (%)	1S20 Pró- forma	1S21 Pró- forma	Var (%)
Receita Líquida - Varejo	200,3	662,7	230,8%	200,3	662,7	230,8%	566,1	782,2	38,2%
SSS	-9,7%	235,8%		-9,7%	235,8%		7,0%	40,4%	
Lucro Bruto Varejo	46,4	225,1	384,8%	46,4	225,1	384,8%	232,6	356,8	53,4%
Margem Bruta	31,1%	45,7%	14,6 p.p.	23,2%	34,0%	10,8 p.p.	41,1%	45,6%	4,5 p.p.
SG&A Varejo	(88,0)	(174,3)	98,0%	(146,9)	(234,4)	59,5%	(420,6)	(453,6)	7,8%
% da ROL Varejo	-43,9%	-26,3%	17,6 p.p.	-73,3%	-35,4%	38,0 p.p.	-74,3%	-58,0%	16,3 p.p.
EBITDA Ajustado Varejo	(58,9)	41,7	n.s.	(117,8)	(18,4)	-84,4%	(205,9)	(109,2)	-46,9%
EBITDA Mbank	(7,9)	(1,3)	-83,9%	(7,9)	(1,3)	-83,9%	32,5	98,3	202,8%
EBITDA Ajustado Total	(66,8)	40,5	n.s.	(125,7)	(19,7)	-84,3%	(173,4)	(10,9)	-93,7%

n.s. - não significativa

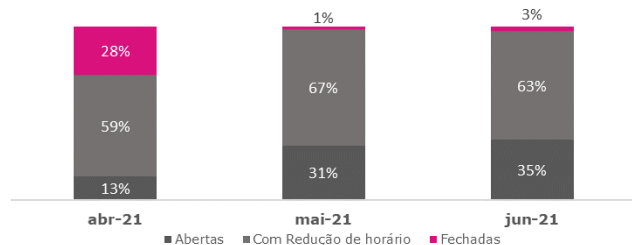
Destaques Operacionais	2T20	2T21	Var (%)	1S20	1S21	Var (%)
Número Total de Lojas - final do período	353	344	-2,5%	353	344	-2,5%
Área de Vendas ('000 m²) - final do período	382,7	376,7	-1,6%	382,7	376,7	-1,6%
Área de Vendas ('000 m²) - média do período	383,1	377,3	-1,5%	389,6	377,3	-3,2%
Cartão Private Label (*)						
Contas aptas (mil contas)	11.409	11.714	2,7%	11.409	11.714	2,7%
Contas ativas (mil contas)	1.823	2.069	13,5%	1.823	2.069	13,5%
Cartão Co-Branded (*)						
Contas aptas (mil contas)	944	917	-2,8%	944	917	-2,8%
Contas ativas (mil contas)	916	877	-4,2%	916	877	-4,2%
Participação dos Cartões nas Vendas de Varejo	34,5%	41,6%	7,1 p.p.	37,2%	41,0%	3,8 p.p.
Cartão Private Label	30,8%	36,9%	6,1 p.p.	32,7%	36,4%	3,7 p.p.
Cartão Co-Branded	3,7%	4,7%	1,0 p.p.	4,5%	4,6%	0,1 p.p.

* Contas Aptas: número total de CPFs registrados, excluídos os cancelados e bloqueados. Tanto no caso do Private Label quanto no caso do Co-branded (dentro da Marisa). À partir do 1T21, Contas Ativas passaram a ser demonstradas como total de contas extratadas no mês de referência (em linha com o padrão adotado pelo Itaucard).

Reabertura de lojas

Durante o 2T21, nossa rede de lojas passou por um processo gradual de reabertura à partir do dia 18 de abril. Mesmo assim, ainda tivemos algum nível de restrição de horário de funcionamento nos meses de maio e junho em uma média de 65% do nosso parque de 344 lojas.

Evolução Abertura de Lojas – 2T21

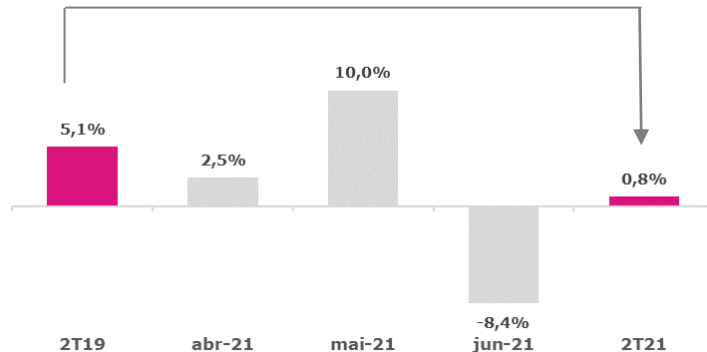


# de Lojas	abr-21	mai-21	jun-21
	344	344	344

Vendas do varejo

Apesar do desafio, as vendas totais da companhia alcançaram R\$492 milhões no 2T21 vs R\$149 milhões no 2T20 e R\$542 milhões no 2T19. O canal digital, por sua vez, participou com um total de 14,4% comparado com 5,6% no 2T19. No 2T20, em função do maior volume de lojas fechadas a participação havia sido de 41%.

SSS (Base Dias Comparáveis) 2T21 vs 2T19



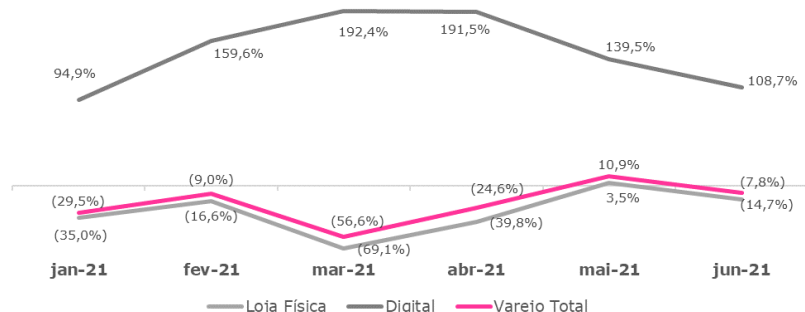
Performance varejo físico

Nosso SSS do varejo teve queda de 6,1% (+0,8% com base de dias comparáveis) contra 2T19, impactado pela queda do SSS do varejo físico de 14,8% (ou -8,1% em dias comparáveis). Além da restrição de horário de funcionamento, a operação de lojas foi impactada também pela queda de fluxo, indicando arrefecimento do consumo no mês de junho. Vale ressaltar que, em maio, registramos um recorde de crescimento para o mês.

Plataforma Digital

As vendas da Plataforma Digital apresentaram crescimento de 142,4% contra 2T19, após terem crescido 56,7% (2T19 vs 2T18) e 32,6% (2T18 vs 2T17) – evolução que criou uma base comparativa mais desafiadora para a comparação contra 2020 quando o crescimento foi de 17%. Não obstante, as vendas do Digital representaram 14,4% das vendas totais de varejo, comparado a 5,6% contra o 2T19 e 3,6% de 2T18.

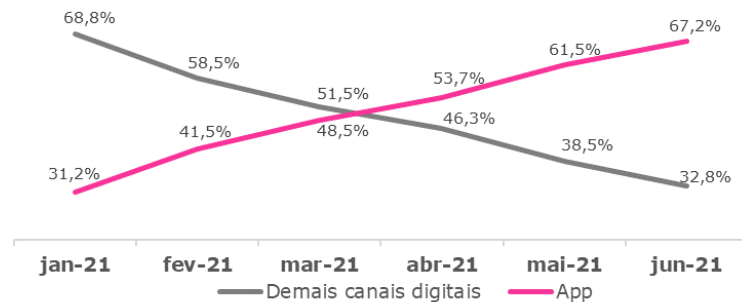
Evolução SSS por canal de vendas (2021 vs 2019)



Downloads do APP acima do esperado

Nosso APP, lançado em 2020, vem crescendo em ritmo acelerado, atingindo 67% das vendas digitais e um total de 8,8 milhões de downloads no final do 2T21. Ao final do mês de julho, superamos a marca de 10 milhões downloads.

Participação Vendas Digitais (Site vs App)

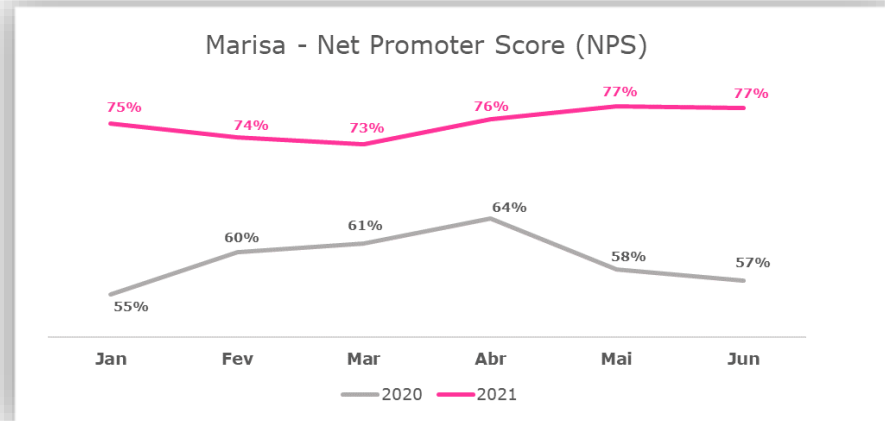


Evolução da Dark store

Nossa *dark store* lançada em fevereiro de 2021, registrou \$23,6 milhões de faturamento até julho, redução de 30% no prazo de entrega das compras realizadas via site e APP e 18% de redução do custo de frete para entregas em SP.

Nosso *Net Promoter Score* (NPS) tem demonstrado uma melhoria expressiva saindo de 55% em janeiro de 2020 (pré-pandemia) e atingindo 77% consolidado (loja física e e-commerce) em junho de 2021. O NPS das lojas físicas atingiu 80% ao longo do 1S21, um marco importante para a companhia.

Temos ultrapassado nosso target de NPS em todos os meses de 2021 tanto nas lojas físicas quanto no digital o que reflete nossa estratégia de colocar a cliente no centro de tudo. A melhoria no NPS no 2T21 associada ao aumento de conversão verificado, nos leva a inferir que a redução de fluxo nas lojas está relacionado ao arrefecimento do consumo dada a conjuntura macro.



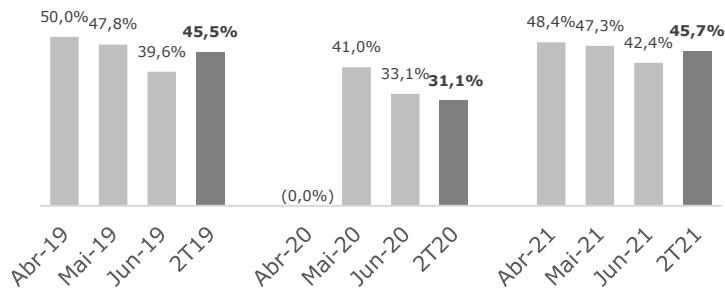
Lucro Bruto e Estoques (Lojas e Digital)

Lucro Bruto totalizou R\$225 milhões, com redução de 9% no período comparado ao 2T19, refletindo diretamente a redução de vendas e uma pequena expansão da margem bruta.

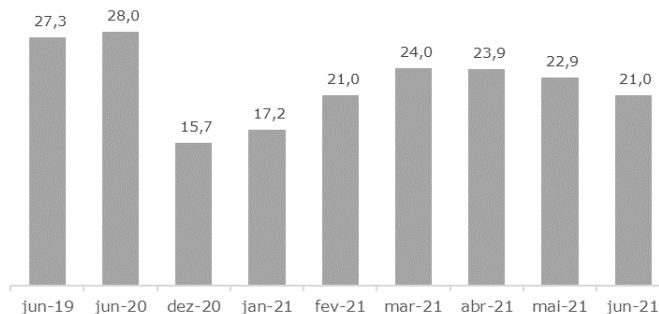
Nossa Margem Bruta atingiu 45,7%, uma expansão de 0,2 p.p. contra 2T19. A nossa estratégia de adequação quantitativa e qualitativa dos estoques realizada ao longo de 2020 vem se provando relevante na preservação de margem, mesmo em um cenário mais desafiador. Durante o trimestre, o nível de *markown* ficou aproximadamente 50% abaixo da média do mesmo período dos últimos dois anos. Apesar das atividades promocionais ao longo do mês de junho, nossa margem superou a de junho de 2019 em 2,8 p.p. refletindo a melhoria na gestão de estoque.

Nosso nível de estoque se manteve estável em uma média de 22,6 milhões de peças durante o segundo trimestre, em linha com o objetivo da companhia. Terminamos o mês de junho 2021 com 21 milhões de peças, 25% e 23% abaixo de junho de 2020 e junho 2019, respectivamente.

Margem Bruta (%) - Varejo



Estoques (em mn de peças)



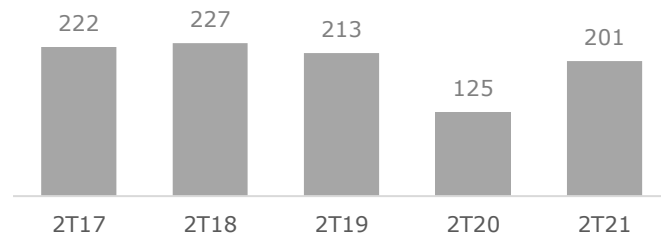
Despesas Operacionais

Despesas com Vendas totalizaram R\$ 201 milhões, uma redução nominal de 6% comparado ao 2T19, refletindo as diversas ações adotadas para redução estrutural das despesas durante 2020, e novas medidas no período. Destaque para renegociações de contratos e automação de processos e projeto de eficiência operacional de lojas. Tais ganhos tem permitido investimentos adicionais em ações de marketing visando acelerar a recuperação de fluxo.

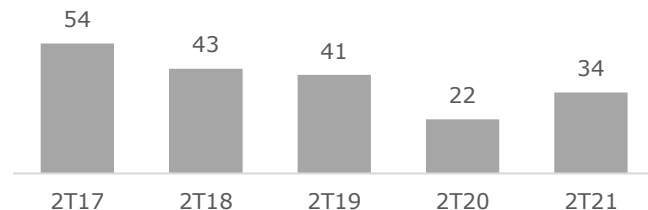
Despesas Gerais e Administrativas totalizaram R\$ 34 milhões, uma redução nominal de 18% comparado ao 2T19, também refletindo os esforços da companhia para maiores ganhos de eficiência, com destaque para a adoção oficial do home office parcial e automação de processos.

Outras Receitas/Despesas Operacionais totalizaram um saldo negativo de R\$ 15 milhões, refletindo impacto de maiores contingências tributárias e trabalhistas.

Despesas com Vendas (R\$ mn; Ex-IFRS 16)



Despesas Gerais e Administrativas (R\$ mn; Ex-IFRS 16)



Resultado da Operação

DRE Varejo (R\$mn)	2T20	2T21	Var (%)	2T20 Pró-forma	2T21 Pró-forma	Var (%)	1S20 Pró-forma	1S21 Pró-forma	Var (%)
RECEITA BRUTA	200,3	662,7	230,8%	200,3	662,7	230,8%	759,3	1.053,2	38,7%
Tributos s/ Receita	(51,3)	(170,5)	232,7%	(51,3)	(170,5)	232,7%	(193,2)	(271,0)	40,2%
% de tributos s/ rec. Bruta	-25,6%	-25,7%	0,0 p.p.	-25,6%	-25,7%	0,0 p.p.	-25,4%	-25,7%	-0,3 p.p.
RECEITA LIQUIDA	149,1	492,2	230,1%	149,1	492,2	230,1%	566,1	782,2	38,2%
S.S.S.	-9,7%	235,8%		-9,7%	235,8%		7,0%	40,4%	
CPV	(102,7)	(267,1)	160,1%	(102,7)	(267,1)	160,1%	(333,5)	(425,4)	27,6%
LUCRO BRUTO	46,4	225,1	384,8%	46,4	225,1	384,8%	232,6	356,8	53,4%
Margem Bruta	31,1%	45,7%	14,6 p.p.	31,1%	45,7%	14,6 p.p.	41,1%	45,6%	4,5 p.p.
Despesas Operacionais	(88,0)	(174,3)	98,0%	(146,9)	(234,4)	59,5%	(420,6)	(453,6)	7,8%
- Despesas com Vendas	(65,6)	(140,7)	114,5%	(124,5)	(200,9)	61,3%	(349,8)	(388,0)	10,9%
- Despesas Gerais e Adm.	(22,4)	(33,5)	49,5%	(22,4)	(33,5)	49,5%	(70,8)	(65,6)	-7,3%
Outras despesas/receitas Oper.	(22,1)	(9,5)	-56,9%	(22,1)	(9,5)	-56,9%	(24,1)	(17,6)	-26,9%
EBITDA AJUSTADO VAREJO	(58,9)	41,7	n.s.	(117,8)	(18,4)	-84,4%	(205,9)	(109,2)	-46,9%

n.s. - não significativa

EBITDA Ajustado Varejo totalizou -R\$ 18,4 milhões no 2T21, reflexo do impacto da pandemia sobre as vendas durante o período, parcialmente compensado pela preservação da margem bruta e os contínuos ganhos de eficiência em despesas.

A participação dos cartões (Marisa + Co-Branded) nas vendas do trimestre atingiu 41,6%, crescimento de 7,1 p.p. em relação ao 2T20, em função principalmente do excelente resultado da oferta via APP e demais medidas de incentivo.

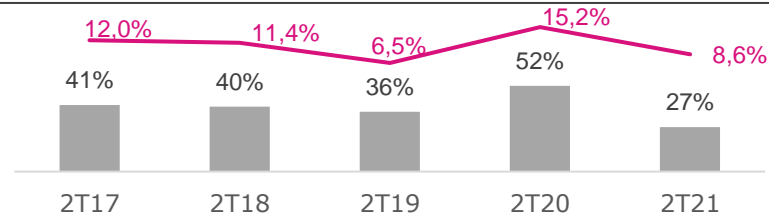
A Receita de Juros, líquida de funding, alcançou R\$33,3 milhões, redução de 37% em relação ao 2T19, refletindo principalmente do menor fluxo de clientes em lojas merecendo destaque entretanto o maior nível de conversão.

As Perdas, líquidas de recuperações, apresentaram queda de 36,1%, em função de reversões/normalização do padrão de provisões ante o adotado no 2T20, quando a companhia trabalhou com um padrão de provisionamento mais conservador.

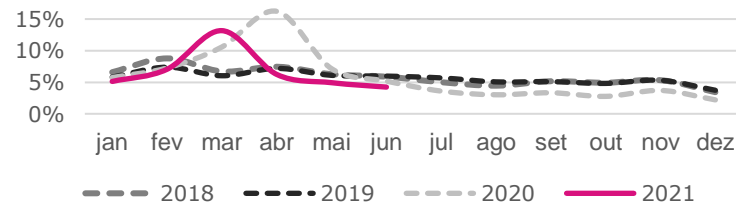
O indicador prospectivo de inadimplência (EFFICC) apresentaram pequena alta e, à partir de abril, retomou a tendência de baixa.

Mbank (R\$ mn)	2T19	2T20	2T21	Var (%)
Cartão Private Label				
Receita de Juros Líquida de Funding	52,7	46,0	33,3	-27,5%
Receita de Serviços Financeiros	41,3	28,7	26,9	-6,1%
Perda Líquida de Recuperações	(37,5)	(67,1)	(42,8)	-36,1%
Mg. de Contribuição - Private Label	56,5	7,6	17,4	129,4%

Perda sobre Carteira



■ % Vencido/Carteira Bruta — Perdas Líquidas/Carteira Bruta
EFFICC



A Receita de Juros, líquida de custos de captação, totalizou R\$24,9 milhões, estável ante o 2T20 em função da recuperação mais lenta da carteira devido ao maior conservadorismo nas concessões de EP no período.

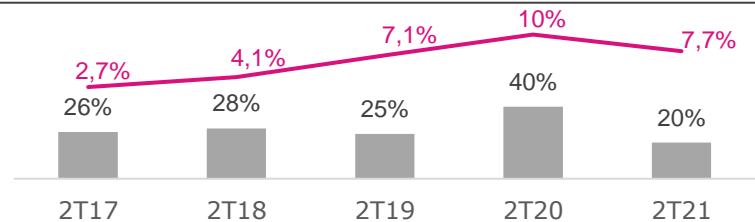
As Perdas, líquidas de recuperações, totalizaram R\$9,7 milhões, redução de 34,2% em relação ao 2T20 e 23,7% comparado ao 2T19, também refletindo a mudança no padrão de PDD conforme verificado no portfólio do PL.

A perda em relação à carteira foi de 7,7%, já mostrando uma melhora significativa versus 2T20 mas ainda acima dos 7,1% do 2T19 devido ao impacto do fechamento das lojas entre o 1T21 e 2T21.

Também para o portfólio do EP, o indicador prospectivo de inadimplência (EFFICC) apresentou pequena alta no mês de março, ensejando medidas adicionais do processo de cobrança e à partir de abril retomou a tendência de baixa.

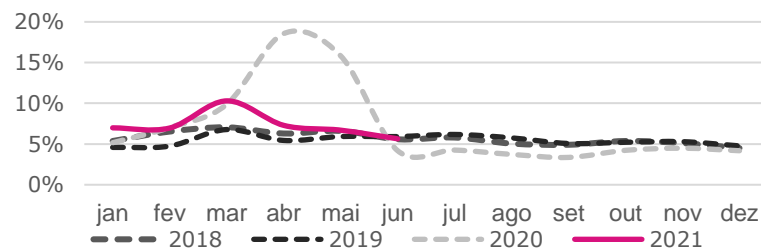
Mbank (R\$ mn)	2T19	2T20	2T21	Var (%)
Empréstimo Pessoal				
Receita de Juros do EP, Líq. de Funding	33,4	24,8	24,9	0,2%
Perda Líquida de Recuperações	(12,7)	(14,7)	(9,7)	-34,2%
Margem de Contribuição - EP	20,7	10,1	15,2	50,4%

Perda sobre Carteira



■ % Vencido/Carteira Bruta — Perdas Líquidas/Carteira Bruta

EFFICC



Mbank (R\$ mn)	2T19	2T20	2T21	Var (%)	1S20	1S21	Var (%)
Cartão Private Label							
Receita de Juros Líquida de Funding	52,7	46,0	33,3	-27,5%	103,5	73,4	-29,1%
Receita de Serviços Financeiros	41,3	28,7	26,9	-6,1%	67,7	68,6	1,2%
Perda Líquida de Recuperações	(37,5)	(67,1)	(42,8)	-36,1%	(112,2)	(30,2)	-73,1%
Mg. de Contribuição - Private Label	56,5	7,6	17,4	129,4%	59,0	111,7	89,3%
Empréstimo Pessoal							
Receita de Juros do EP, Líq. de Funding	33,4	24,8	24,9	0,2%	64,9	52,2	-19,5%
Perda Líquida de Recuperações	(12,7)	(14,7)	(9,7)	-34,2%	(27,1)	(10,3)	-61,8%
Margem de Contribuição - EP	20,7	10,1	15,2	50,4%	37,8	41,9	10,7%
Mg. Contribuição Cartão Co-Branded	24,3	17,3	24,9	44,2%	42,6	49,8	16,9%
Custos e Despesas Operacionais	(61,7)	(42,9)	(61,7)	43,8%	(107,1)	(108,1)	0,9%
EBITDA Mbank	39,7	(7,9)	(1,3)	-82,9%	32,5	98,3	202,8%

n.s. - não significativa

Ambos os produtos continuaram tendo os resultados afetados pelo queda nas carteiras devido ao menor fluxo em loja e menores vendas do varejo ao longo dos últimos 6 meses.

A performance da operação do Co-Branded já está em níveis normalizados, praticamente em linha com 2T19.

As despesas ficaram estáveis comparadas ao 2T19, mesmo considerando o aumento de investimento em ações de relacionamento no 2T21.

O EBITDA da operação foi impactado principalmente pela queda na receita dos produtos, parcialmente mitigado pelas menores perdas.

Contas a receber de clientes (R\$ mn)	jun/19	jun/20	jun/21
Private Label - carteira bruta	581,4	440,4	499,1
Em dia:	369,9	158,5	303,4
% Em dia s/ Total	63,6%	36,0%	60,8%
Vencidas:	211,5	281,9	195,6
% Vencida s/ Total	36,4%	64,0%	39,2%
Saldo da PDD	(132,7)	(136,2)	(86,0)
Private Label - carteira líquida	448,6	304,3	413,1
Empréstimo pessoal - carteira bruta	178,1	146,8	126,4
Em dia:	133,7	53,5	69,3
% Em dia s/ Total	75,1%	36,5%	54,9%
Vencidas:	44,4	93,3	57,0
% Vencida s/ Total	24,9%	63,5%	45,1%
Saldo da PDD	(3,7)	(36,9)	(17,2)
Empréstimo Pessoal - carteira líquida	174,4	109,9	109,2
Outras contas a receber	129,0	51,9	170,8
Ajuste a valor presente	(3,0)	(0,6)	(2,0)
Carteira de contas a receber, líquida	749,1	465,5	691,1

Private Label: a carteira bruta do Private Label encerrou jun/21 em R\$ 499,1 milhões, redução de 14,2% ante junho 2019, reflexo das menores vendas no período, porém indicando uma recuperação importante em relação a junho de 2020.

Empréstimo Pessoal: a carteira bruta do Empréstimo Pessoal em junho 2021 totalizou R\$ 126,4 milhões, com redução de 29,0% em relação a junho 2019, impactada pelo fechamento de lojas em 2021 e pela política mais restritiva de concessão para o produto. O processo de recuperação desse portfólio tem ocorrido de forma mais gradual em função de tal conservadorismo.

O portfólio dos cartões de terceiros/Itaucard também tem contribuído para a mais rápida recuperação da carteira de contas a receber como um todo, fato importante não somente para a liquidez da companhia, como para a geração de resultados futuros do Mbank.

EBITDA Ajustado Total

EBITDA Ajustado Total (R\$m)	2T20	2T21	Var (%)	2T20 Pró-forma	2T21 Pró-forma	Var (%)	1S20 Pró-forma	1S21 Pró-forma	Var (%)
LUCRO LÍQUIDO	(171,7)	(59,5)	-65,3%	(171,7)	(59,5)	-65,3%	(278,8)	(112,9)	-59,5%
(+) Imposto de Renda e CSLL	(13,6)	(8,1)	-40,8%	(13,6)	(8,1)	-40,8%	(2,7)	4,0	-248,7%
(+) Financeiras, Líquidas	41,2	39,1	-5,1%	27,7	26,7	-3,6%	47,2	58,1	23,1%
(+) Depreciação e Amortização	72,6	68,5	-5,6%	27,2	20,8	-23,7%	54,9	42,6	-22,3%
EBITDA TOTAL	(71,5)	40,1	n.s.	(130,4)	(20,1)	-84,6%	(179,5)	(16,2)	-91,0%
(+) Plano de opção de compra de ações	0,6	0,2	-59,3%	0,6	0,2	-59,3%	3,5	0,7	-78,4%
(+) Baixa de ativo imobilizado	4,1	0,2	-95,8%	4,1	0,2	-95,8%	2,8	4,5	63,4%
EBITDA AJUSTADO TOTAL	(66,8)	40,5	n.s.	(125,7)	(19,7)	-84,3%	(173,2)	(10,9)	-93,7%

O EBITDA Ajustado 2T21 (Pró-forma) teve redução de R\$58,9 milhões em relação ao 2T19, devido aos desafios enfrentados no 2T21, previamente mencionados.

	2T20	2T21
Composição da Dívida Líquida		
Empréstimo e Financiamento Marisa	437,5	397,5
Curto prazo	300,9	266,0
Longo prazo	136,7	131,5
Financiamento a Operações Mbank	347,4	439,4
Curto prazo	101,4	231,9
Longo prazo	245,9	207,5
Dívida Bruta Marisa	784,9	836,9
Caixa e aplicações financeiras	318,6	311,2
Dívida líquida	466,3	525,7
(-) Cartões de Crédito - Terceiros / Itaucard	49,5	162,5
Dívida líquida Ajustada	416,7	363,2
Patrimônio líquido	1.153,7	879,5
Capital total	1.938,6	1.716,5
Alavancagem Financeira		
Dívida bruta / (Dív. bruta + PL)	40%	49%
Dívida líquida aj. / (Dív. Líquida aj. + PL)	21%	21%
Dívida líquida / EBITDA L12M (x)	n.m.	n.m.
n.s. - não significativa		

No final do 2T21, a Companhia apresentava endividamento líquido (ex-IFRS16) de R\$ 525,7 milhões, R\$ 59,4 milhões acima do 2T20, refletindo os impactos da pandemia nos resultados, e seus reflexos na estrutura de capital da Companhia;

Nossa dívida líquida ajustada por sua vez teve uma melhora de 12,8% ano contra ano, devido ao aumento da carteira de cartões de terceiros.

FLUXO DE CAIXA (R\$ Milhares)	1S20 Pró-forma	1S21 Pró-forma
EBITDA Ajustado	(173.247)	(10.920)
- IR, CSLL e outros	(41.968)	(39.600)
GERAÇÃO BRUTA DE CAIXA	(215.216)	(50.519)
Capital de Giro	(43.799)	(138.564)
Investimentos	(20.165)	(29.925)
GERAÇÃO OPERACIONAL DE CAIXA	(279.179)	(219.008)
Equity	12.536	(329)
Debt	(149.970)	(14.249)
VARIAÇÃO FINAL DE CAIXA	(416.613)	(233.587)
Saldo Inicial de Caixa	725.498	526.932
Saldo Final de Caixa	308.885	293.345
Dívida Líquida	466	526
Dívida Líquida Aj.	417	363
Dívida Líquida/EBITDA L12M	n.s.	n.s.

n.s. - não significativa

A geração caixa operacional no 1S21 foi menos impactada pelo resultado primário, em processo de recuperação comparado ao 1S20.

Vale ressaltar que no 2T21 a demanda por capitais foi menos intensa uma vez que a recomposição de capital de giro da companhia foi majoritariamente concluída no 1T21 quando foram consumidos R\$115 milhões.

No período a companhia continuou executando normalmente o seu programa de *liability management* o que permitiu uma redução de R\$54 milhões na dívida líquida ajustada.*

Resultado Operacional Consolidado – R\$ mil

marisa

CONSOLIDATED	2Q20	2Q21	Chg. (%)	2Q20 Pro forma	2Q21 Pro forma	Chg. (%)	1S20 Pro forma	1S21 Pro forma	Chg. (%)
GROSS REVENUE	330.985	793.587	139,8%	330.985	793.587	139,8%	1.054.834	1.314.302	24,6%
Retail - Gross Revenue	200.341	662.689	230,8%	200.341	662.689	230,8%	759.342	1.053.168	38,7%
FPS - Gross Revenue	130.644	130.898	0,2%	130.644	130.898	0,2%	295.492	261.134	-11,6%
Taxes on Sales	(48.874)	(182.486)	273,4%	(48.874)	(182.486)	273,4%	(200.947)	(287.767)	43,2%
Retail - Taxes on Sales	(51.252)	(170.534)	232,7%	(51.252)	(170.534)	232,7%	(193.245)	(271.009)	40,2%
FPS - Taxes on Sales	2.378	(11.952)	-602,5%	2.378	(11.952)	-602,5%	(7.703)	(16.757)	117,6%
NET REVENUE	282.111	611.101	116,6%	282.111	611.101	116,6%	853.886	1.026.535	20,2%
Retail - Net Revenue	149.088	492.155	230,1%	149.088	492.155	230,1%	566.097	782.158	38,2%
FPS - Net Revenue	133.022	118.947	-10,6%	133.022	118.947	-10,6%	287.790	244.377	-15,1%
CoGS	(224.401)	(355.090)	58,2%	(224.401)	(355.090)	58,2%	(537.868)	(528.476)	-1,7%
Retail - CoGS	(102.663)	(267.064)	160,1%	(102.663)	(267.064)	160,1%	(333.467)	(425.408)	27,6%
FPS - CoGS	(121.738)	(88.025)	-27,7%	(121.738)	(88.025)	-27,7%	(204.401)	(103.068)	-49,6%
GROSS PROFIT	57.710	256.012	343,6%	57.710	256.012	343,6%	316.019	498.059	57,6%
Retail - Gross Profit	46.425	225.090	384,8%	46.425	225.090	384,8%	232.630	356.750	53,4%
FPS - Gross Profit	11.285	30.921	174,0%	11.285	30.921	174,0%	83.389	141.309	69,5%
OpEx	(106.264)	(200.621)	88,8%	(165.181)	(260.779)	57,9%	(468.607)	(502.934)	7,3%
Retail - Sales Expenses	(65.609)	(140.746)	114,5%	(124.527)	(200.904)	61,3%	(349.822)	(388.033)	10,9%
Retail - G&A Expenses	(22.419)	(33.517)	49,5%	(22.419)	(33.517)	49,5%	(70.793)	(65.593)	-7,3%
FPS - G&A Expenses	(18.235)	(26.358)	44,5%	(18.235)	(26.358)	44,5%	(47.991)	(49.308)	2,7%
Other Operating Expenses/Revenues	(22.950)	(15.335)	-33,2%	(22.950)	(15.335)	-33,2%	(26.894)	(11.327)	n.s.
- D&A	(72.611)	(68.512)	-5,6%	(27.222)	(20.779)	-23,7%	(54.859)	(42.615)	-22,3%
Operating Profit before Financial Result.	(144.115)	(28.456)	-80,3%	(157.644)	(40.882)	-74,1%	(234.340)	(58.817)	-74,9%
- Financial Expenses, net	(41.226)	(39.121)	-5,1%	(27.697)	(26.695)	-3,6%	(47.159)	(58.057)	23,1%
Net Profit before Taxes	(185.341)	(67.579)	-63,5%	(185.341)	(67.579)	-63,5%	(281.501)	(116.875)	-58,5%
- Income Tax	13.640	8.074	-40,8%	13.640	8.074	-40,8%	2.686	3.992	48,6%
Net Profit	(171.701)	(59.505)	-65,3%	(171.701)	(59.505)	-65,3%	(278.815)	(112.883)	-59,5%

Resultado Líquido: a Companhia apresentou no 2T21 um resultado negativo de R\$ 59,5 milhões, ainda refletindo os impactos da pandemia sobre suas vendas, parcialmente compensada pela maior eficiência em despesas.

Balanço Patrimonial– R\$ mil

marisa

ATIVO (R\$ milhares)	jun/20	jun/21	Var (%)
CIRCULANTE	1.492.236	1.657.103	11,0%
Caixa e equivalentes de caixa	308.885	293.345	-5,0%
Títulos e valores mobiliários	407	17.888	4295,1%
Instrumentos financeiros	9.344	-	n.s.
Contas a receber de clientes	465.573	691.093	48,4%
Estoques	482.815	406.714	-15,8%
Impostos a recuperar	164.948	172.104	4,3%
Imp. Renda e Cont. Social	-	-	n.s.
Outros créditos	60.264	75.959	26,0%
Partes relacionadas	-	-	n.s.
NÃO CIRCULANTE	1.653.218	1.599.262	-3,3%
IR e CSLL diferidos	80.791	75.573	-6,5%
Impostos a recuperar	630.609	580.119	-8,0%
Outros créditos	-	3.888	n.s.
Depósitos judiciais	141.432	135.388	-4,3%
Títulos e valores mobiliários	23.748	55.037	n.s.
Investimentos	-	-	n.s.
Imobilizado	152.225	112.039	-26,4%
Intangível	99.488	106.569	7,1%
Ativo de Direito de Uso	524.925	530.649	1,1%
TOTAL DO ATIVO	3.145.454	3.256.365	3,5%

n.s. - não significativa

PASSIVO (R\$ milhares)	jun/20	jun/21	Var (%)
CIRCULANTE	991.340	1.414.626	42,7%
Fornecedores	162.458	365.854	125,2%
Fornecedores Convênio	12.666	60.270	375,8%
Empréstimos e financiamentos	402.300	515.791	28,2%
Financiamento por Arrendamento	154.463	188.166	21,8%
Salários, provisões e contr. sociais	83.599	86.441	3,4%
Impostos a recolher	37.026	47.614	28,6%
Instrumentos financeiros	-	8.516	n.s.
Aluguéis a pagar	5.773	18.191	215,1%
Imp. Renda e Cont. Social	17.864	7.514	-57,9%
Receita diferida	16.714	17.224	3,1%
Outras obrigações	98.477	99.045	0,6%
NÃO CIRCULANTE	1.000.387	962.209	-3,8%
Empréstimos e financiamentos	406.361	394.074	-3,0%
Financiamento por Arrendamento	411.191	394.894	-4,0%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	3.177	-	n.s.
Provisão p/ litígios e demandas judiciais	122.016	138.140	13,2%
Receita diferida	31.442	17.973	-42,8%
Outras obrigações	26.200	17.128	-34,6%
PATRIMÔNIO LÍQUIDO (PL)	1.153.727	879.530	-23,8%
Capital social	1.447.349	1.447.349	0,0%
Ações em Tesouraria	(1.110)	(1.110)	0,0%
Reservas de lucros	79.925	79.925	0,0%
Reserva de opção de ações	12.572	15.541	23,6%
Outros resultados abrangentes	6.167	(4.735)	n.s.
Lucros acumulados	(391.176)	(657.440)	68,1%
TOTAL DO PASSIVO E PL	3.145.454	3.256.365	3,5%

FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS	1S20	1S21
Prejuízo líquido do período	(278.815)	(112.883)
Ajustes para reconciliação:		
Depreciação e amortização	54.859	42.690
Depreciação do ativo de direito de uso	95.555	95.671
Custo residual do ativo imobilizado e intangível baixado	1.033	4.535
Perdas esperadas para créditos de liquidação duvidosa	19.280	(32.976)
Provisão para perdas dos estoques e AVP	(2.496)	(11.079)
Ajuste a valor presente sobre contas a receber de clientes	-	524
Provisão para perdas do imobilizado e intangível	519	(1.142)
Juros provisionados sobre passivo de arrendamento	27.787	31.650
Desconto obtido sobre passivo de arrendamento	(36.330)	(12.987)
Plano de opção de compra de ações	612	748
Encargos financeiros e variação cambial sobre saldos de empréstimos, financiamentos, debêntures e mútuos	28.353	25.282
	-	(32.737)
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(11.834)	(667)
Instrumentos financeiros	1.671	-
Provisão para litígios e demandas judiciais	18.101	15.350
(Aumento) redução nos ativos operacionais:		
Contas a receber de clientes	387.791	46.534
Estoques	(38.649)	(120.758)
Títulos e valores mobiliários	33.371	(38.266)
Tributos a recuperar	(5.020)	48.143
Depósitos judiciais	(8.028)	6.647
Outros créditos	(1.730)	19.068

Fluxo de Caixa Indireto (Cont.)

FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS	1S20	1S21
Aumento (redução) nos passivos operacionais:		
Fornecedores	(270.046)	(6.825)
Fornecedores convênio	(95.411)	(47.117)
Tributos a recolher	1.361	(7.976)
Instrumentos financeiros (passivo)	(1.081)	6.893
Receita diferida	(7.283)	(5.674)
Salários, provisões e encargos sociais	(22.276)	17.276
Litigation and lawsuits paid	(4.893)	(2.694)
Aluguéis, condomínio e fundo de promoção a pagar	(17.648)	(167)
Outras obrigações	(22.835)	(19.731)
Caixa (aplicado nas) gerado pelas atividades operacionais	(154.082)	(92.668)
Imposto de renda e contribuição social pagos	(13.389)	(26.494)
Juros pagos	(15.736)	(24.199)
Caixa líquido aplicado nas atividades operacionais	(183.207)	(143.361)
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO	(16.434)	(27.995)
Aquisição de imobilizado	(5.647)	(4.579)
Aquisição de ativo intangível	(10.787)	(23.416)
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO	(216.972)	(62.231)
Captação de empréstimos e financiamentos	240.966	331.909
Amortização de empréstimos e financiamentos	(394.813)	(285.896)
Amortização do passivo de arrendamento	(67.779)	(108.244)
Aumento de capital	4.654	-
GERAÇÃO DE CAIXA E EQUIVALENTES	(416.613)	(233.587)
Caixa e equivalentes no início do período	725.498	526.932
Caixa e equivalentes no fim do período	308.885	293.345

Contatos RI:

Adalberto Santos

Renata Coutinho

dri@marisa.com.br

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.

marisa