

APRESENTAÇÃO RESULTADOS 1T24

Call de Resultados:
16/julho às 14h (Brasília)/13h (EST)
Link de acesso: [Clique aqui](#)
ID do webinar: 885 0347 2891

Equipe de RI:
Roberta Ribeiro Leal |
Jéssica Pinheiro |
Victor Caruzzo |
dri@marisa.com.br

marisa



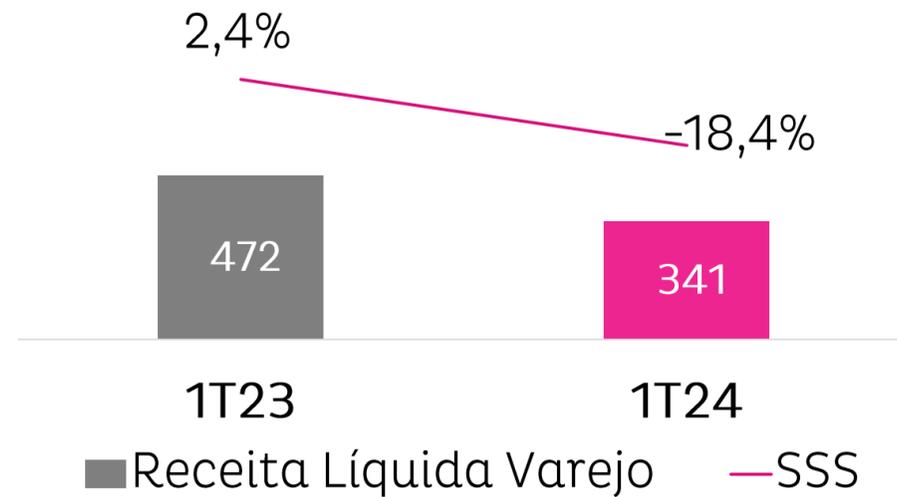
RESULTADOS FINANCEIROS 1T24



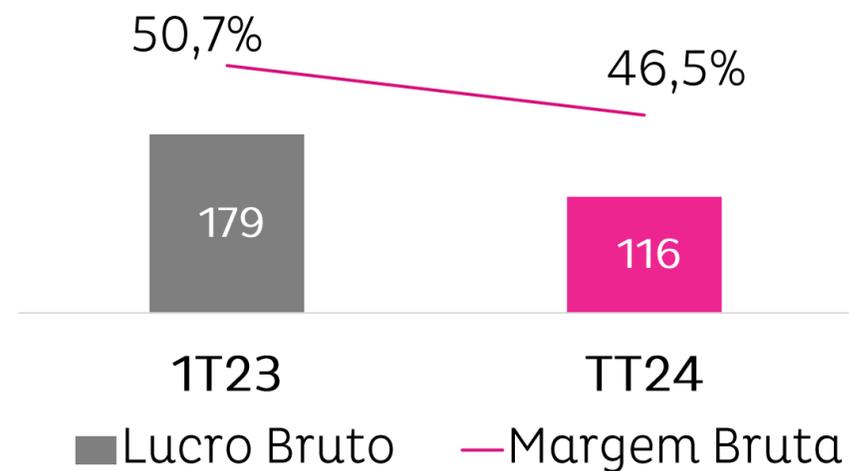
RESULTADO OPERACIONAL SSS*

Em um **trimestre sazonalmente mais fraco** e ainda sob efeitos de baixos níveis de estoque, sendo observada uma queda na receita. Já a **margem apresenta o percentual esperado**, uma vez que reflete o período do ano que tradicionalmente é marcado por liquidações.

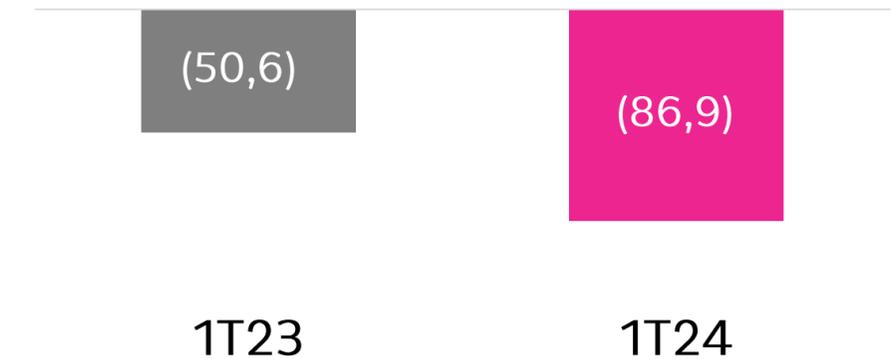
Receita Líquida (R\$ MM)



Lucro Bruto (R\$ MM)



EBITDA (R\$ MM)



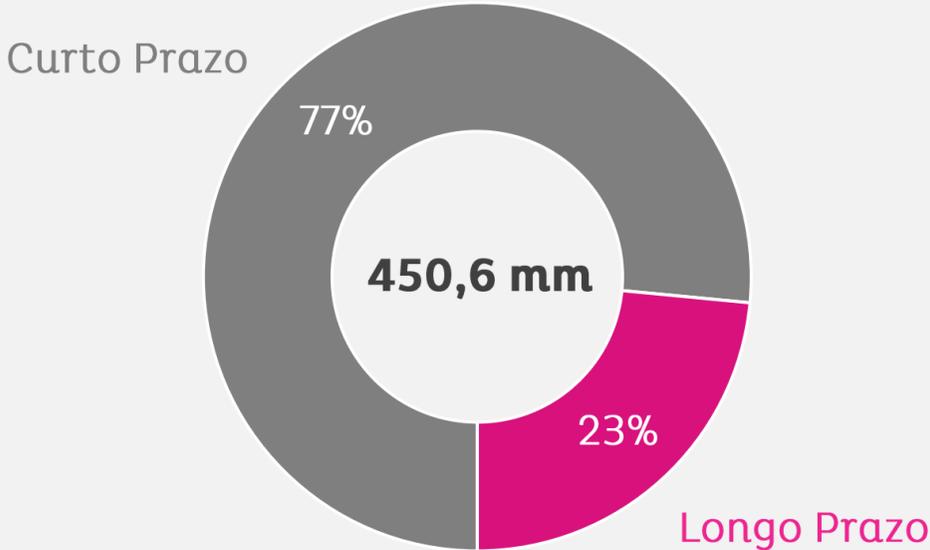
* Informações Same-store sales

ALAVANCAGEM E FLUXO DE CAIXA

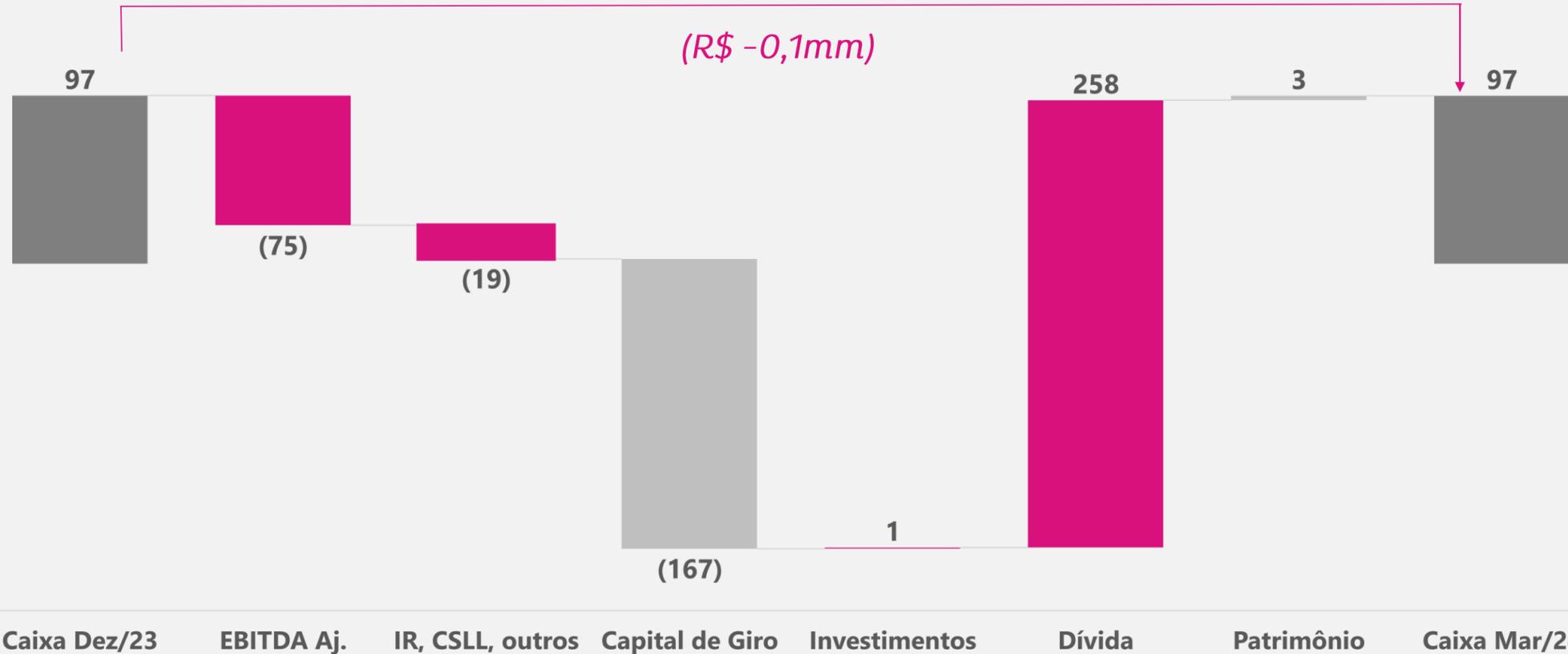
O **Fluxo de caixa se manteve em linha** com dezembro de 2023, inclusive reduzindo passivo de fornecedores.

A **dívida** aparece aumentada mas é atemporal, uma vez que traz o investimento dos principais acionistas em notas comerciais, mostrando **a confiança deles nas novas estratégias** da Companhia.

Dívida Bruta Marisa 1T24
%, R\$ mm



Evolução do Caixa 2024 (R\$ mm)



PRINCIPAIS DESTAQUES



DESTAQUES 1T24

11/03/2024

Chegada do novo CEO

Rollout do novo Posicionamento

100% das lojas implantadas no novo modelo

Readequação de Produtos e Serviços Financeiros

Reavaliação do portfólio a fim de adequar ao novo perfil de clientes.

+87,7% de evolução na emissão de cartões Marisa (1T24 x 1T23)

Emissão de novos cartões (Credsystem).

Reestruturação Organizacional

Estrutura simplificada e otimizada a fim de endereçar e executar a nova estratégia

Redução significativa do SG&A e outras despesas operacionais

-35,8% de despesas vs 1T2023

REORGANIZAÇÃO E REESTRUTURAÇÃO DA MARISA



Execução da estratégia que visa o reposicionamento da marca e retorno ao seu DNA de origem

Foi definindo e testado um grande ajuste de rota para potencializar a marca da forma mais célere possível. Foi tomada a decisão de retornar a marca ao seu DNA, voltado para a classe C, público de referência da nossa penetração física. Foco e esforços foram canalizados a fim de realizar o *rollout* em 100% do parque de lojas no que tange ao novo layout e comunicação visual.



Importante redução nas despesas SG&A

Revisão da estrutura de custos visando otimizar recursos e potencializar ativos e receitas. Implementação de comitês para gestão à vista.



Reorganização do time Marisa

Foi feita uma movimentação estratégica importante na liderança, começando pelo Diretor Presidente que chegou com vasta experiência em varejo moda e com bagagem importante em gestão, liderança e foco em resultados. Também houve revisão no primeiro nível, simplificando e reposicionando os times, visando melhorar processos e aproximar equipes.

EXECUÇÃO DO “REPOSICIONAMENTO COMERCIAL” EM LOJA

Antigo layout de loja



Área Família na entrada da loja: concentração nos menores preços



Vitrines convidativas



Parede com informação de moda para manter aspiracional



Comunicação mais aderente e chamativa

ÁREA FAMÍLIA NA ENTRADA DA LOJA

Exposição selecionada dos principais setores, apresentando os menores preços - **aumento** de **14%** da receita.

INVESTIMENTO NO INFANTIL

Setor despontou após apresentação na entrada e cresceu acima da média Marisa (**aumento** de **7 p.p** em vendas).

NOVA PIRÂMIDE DE PREÇOS EM TODA A LOJA

Categorias de 1º preço se destacam e **crecem** (+15%) em vendas.

PERCEPÇÃO DA CLIENTE (LOJA PILOTO)

Após a implementação das ações do piloto, realizamos uma pesquisa com as clientes que visitaram uma de nossas lojas. Os resultados mostraram **uma melhoria significativa em todos os atributos avaliados***



FACILIDADE DE ENCONTRAR PRODUTOS +13%

PROMOÇÕES +12%

ORGANIZAÇÃO DA LOJA +11%

ESTILO DAS ROUPAS +8%

VARIEDADE DE PRODUTOS +7%

ATENDIMENTO GERAL +7%

Atributos relacionados a **organização** e **preço** tiveram destaque na percepção das clientes.

“Muitas ofertas na loja”

“Organização melhor, pipoca para os clientes”

“Mudança nas vitrines da loja, estilo de moda e os preços estão bons.”

“Está bem abastecida de mercadoria.”

RESULTADO NOVO MODELO DE LOJA

Algumas regiões já refletem as mudanças e apresentam **crescimento de vendas** vs o total Marisa.

Norte

+14,8 p.p



vs 2023

Nordeste

+13,6 p.p



vs 2023

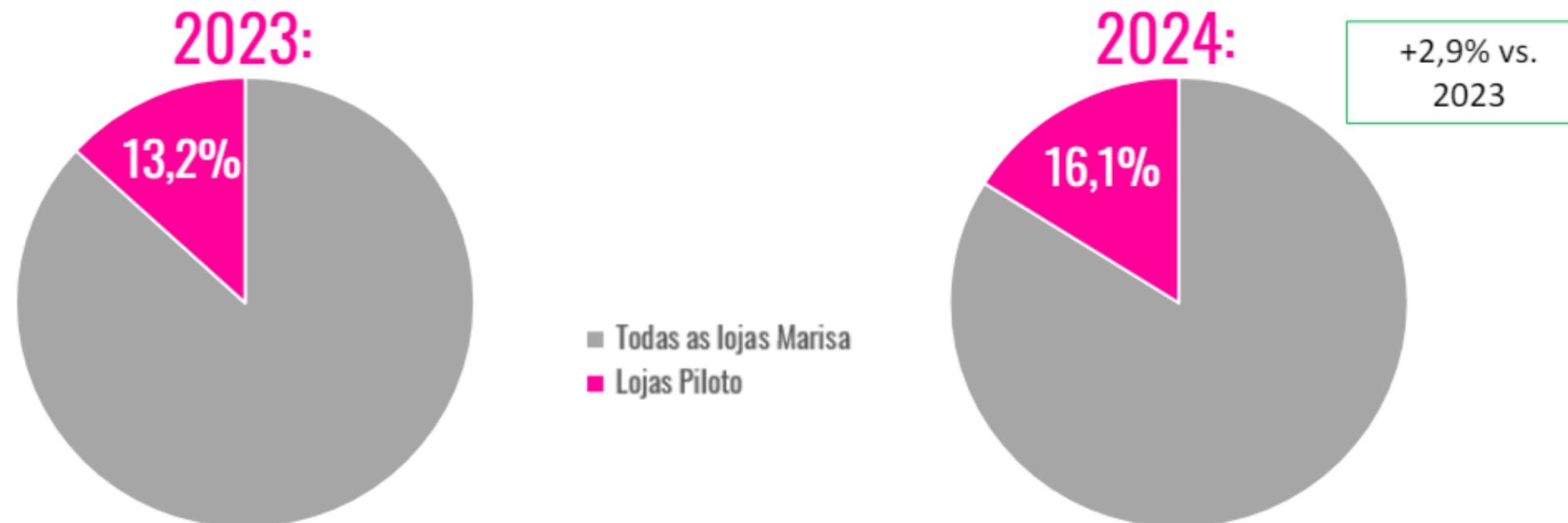
Centro Oeste

+12,8 p.p



vs 2023

Fazendo um recorte das 20 primeiras lojas implantadas, já houve **impacto positivo e aumento na base de clientes** (sejam novas, recorrentes ou recompra):



ESTRATÉGIAS 2024



PRÓXIMOS PASSOS

Visão Estratégica

Governança nos processos de compras

Gestão à vista e rotina semanal com times de compras para checar orçamento, desvios e carteira;
Implementação de controle na participação dos subsetores por faixa de preços e margens.

Recomposição dos estoques com maior qualidade de entrada

Produto mais aderente ao sortimento combinado com foco nos produtos massificados (1º preços);
Ampliação da cadeia produtiva, através de novas parcerias e prospecção de novos fornecedores em todo o país.

Disciplina na execução dos processos, controles e objetivos combinados

Análises de indicadores corporativos e performances semanalmente nas reuniões de diretoria, com um time 100% alinhado;
Consistência e constância nos rituais de gestão das diretorias;
Padronização e manualização dos processos de loja, garantindo um VM adequado ao novo posicionamento.

Q&A

marisa



NOTA EXPLICATIVA: 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

