

APRESENTAÇÃO INSTITUCIONAL

3T22

marisa



#CHEGAMAIS

marisa

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”

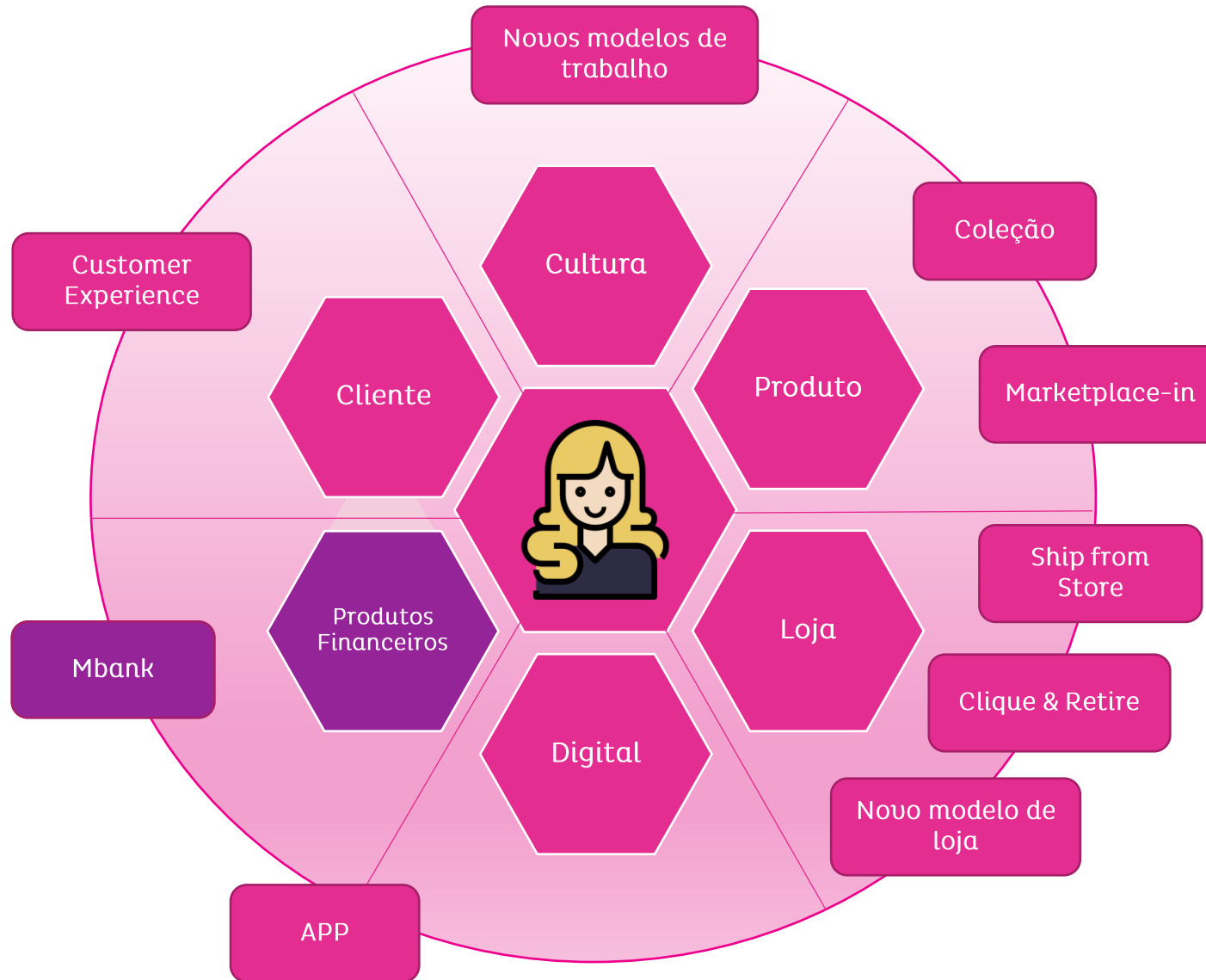
OMNISCANALIDADE

Lojas físicas com *footprint* robusto + Plataforma Digital integrada

PRODUTOS FINANCEIROS

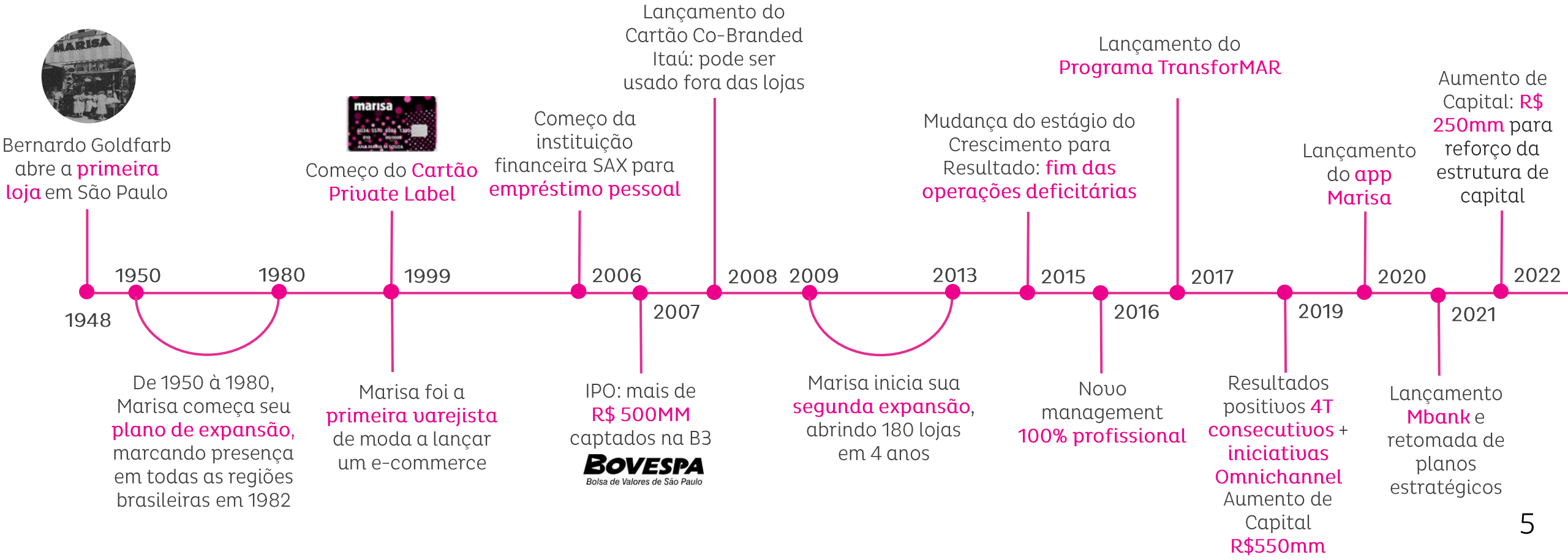
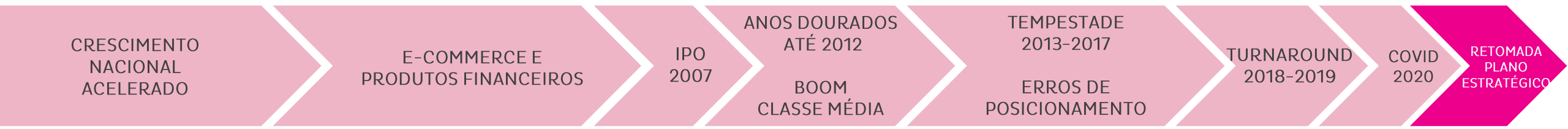
+20 anos de expertise atendendo às necessidades da mulher + Plataforma integrada ao mundo digital e físico

A Plataforma da Mulher Brasileira



Mais de 70 anos de história

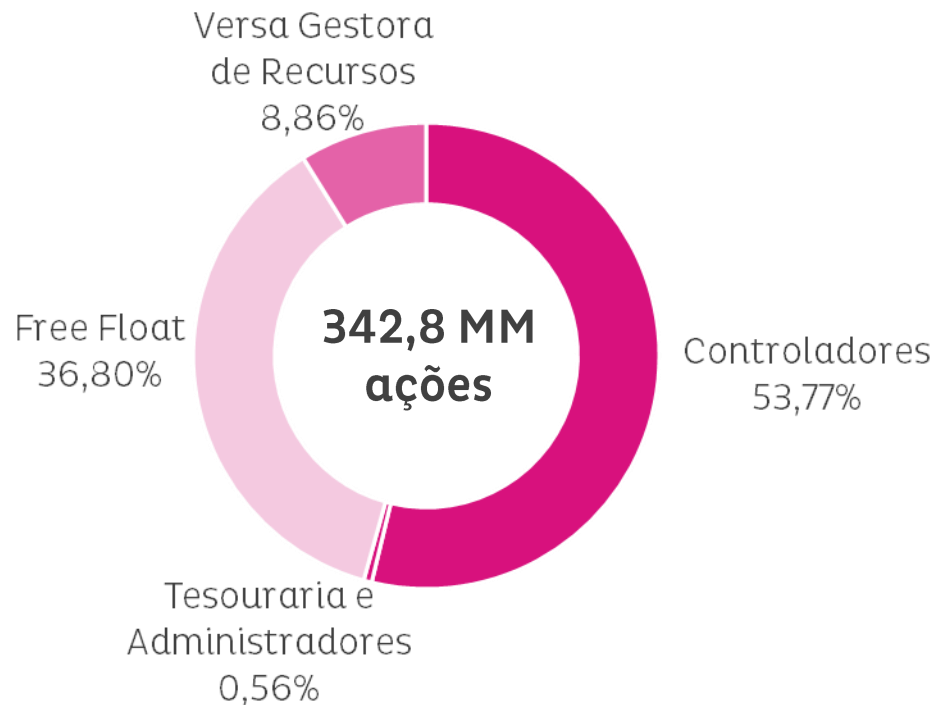
marisa



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: 30/09/2022



Índice de
Ações com Governança
Corporativa Diferenciada

IGCX

Índice de
Ações com Tag Along
Diferenciado

ITAG

Índice de
Ações com Governança
Corporativa Diferenciada

IGNM

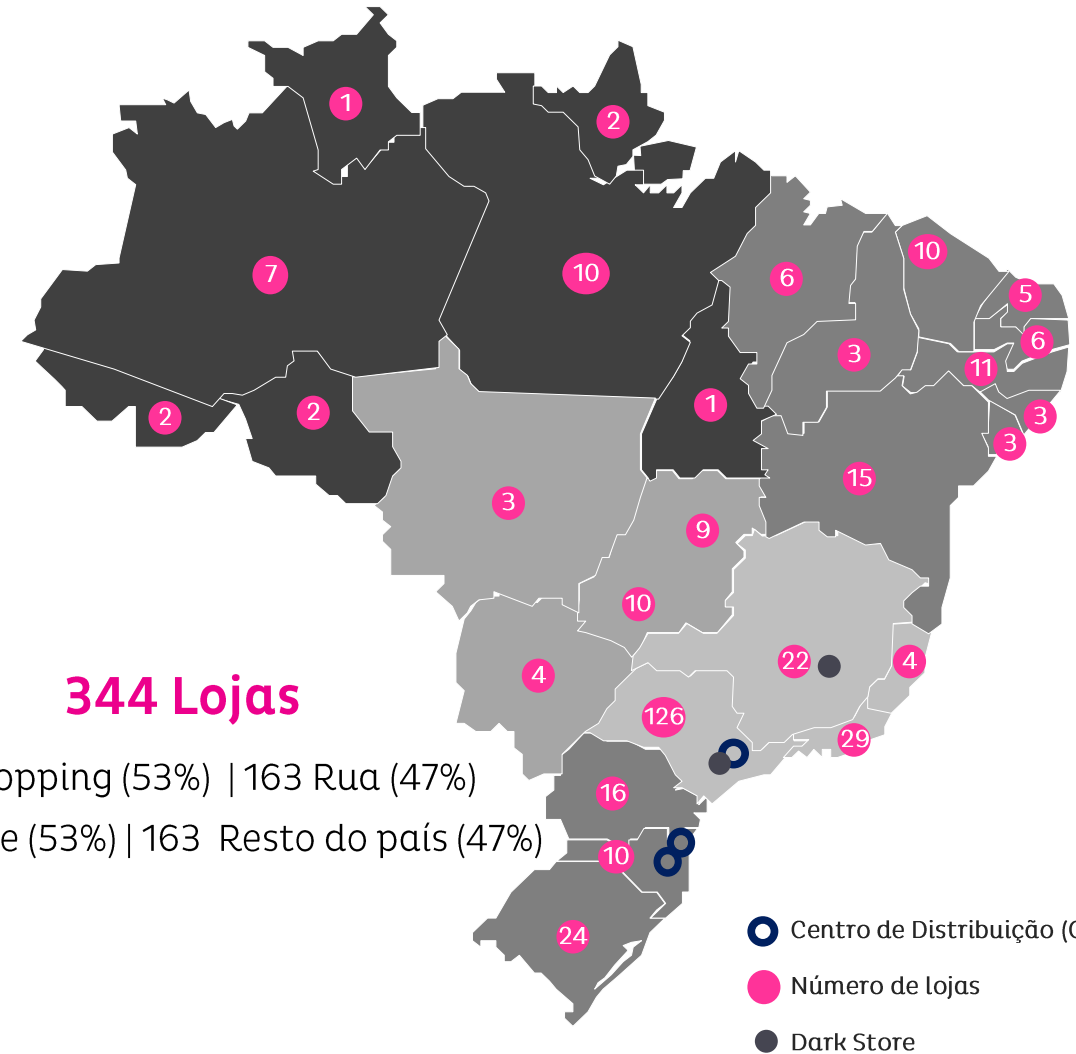
IBRX100 B3

Footprint nacional

3 Centros de Distribuição estrategicamente localizados em SP e SC

2 Dark Stores – SP e MG

Ship-from-store em 62 lojas



344 Lojas

181 Shopping (53%) | 163 Rua (47%)

181 Sudeste (53%) | 163 Resto do país (47%)

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

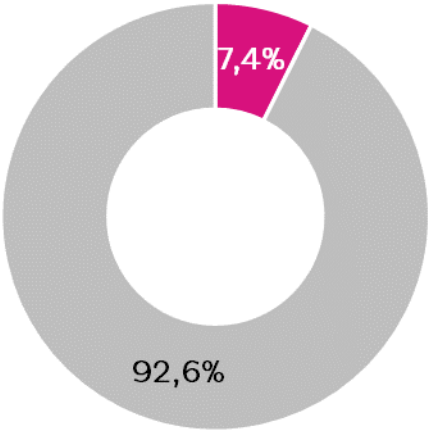
R\$ 752,5 MM

*Dados financeiros últimos 12 meses ** Líquida de cash colateral e cartões de terceiros/Itaucard

Breakdown Receita 3T22

Participação por Canal na Receita

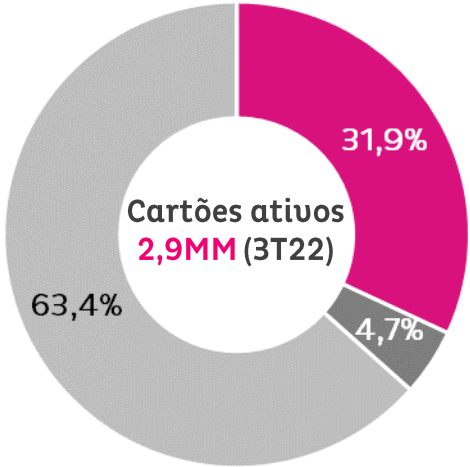
■ Digital ■ Lojas Físicas



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

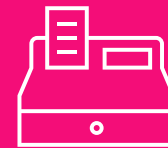
DURANTE 2019, ALCANÇAMOS GRANDES RESULTADOS...



**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**

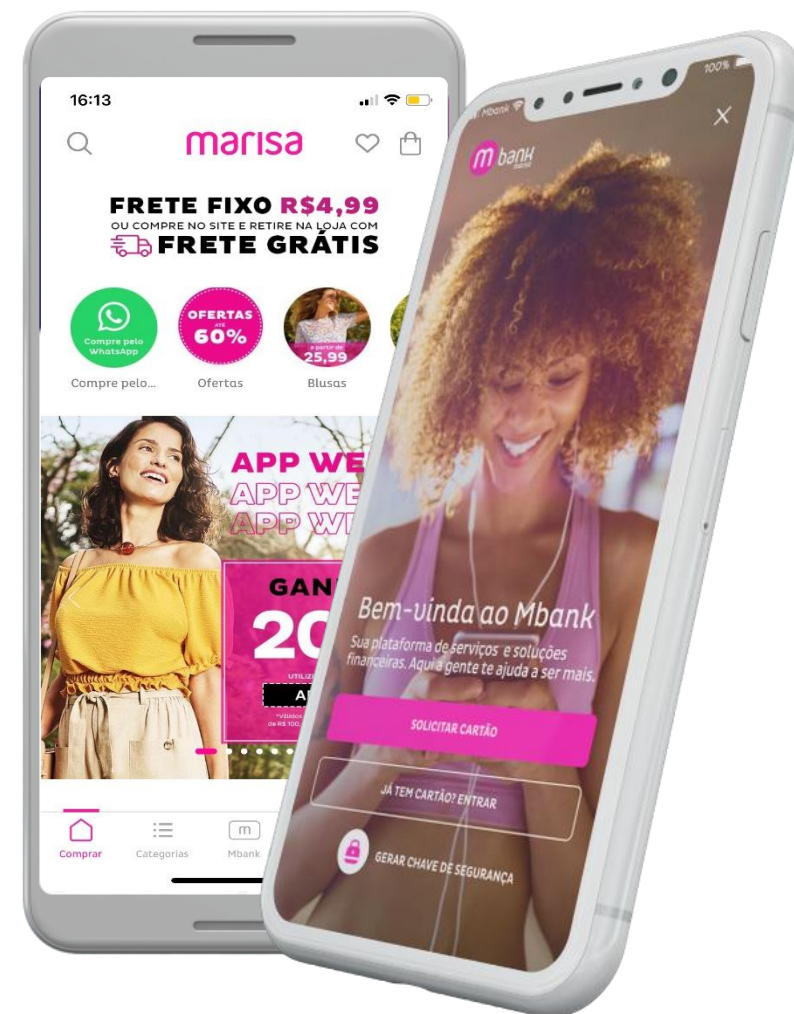
**AMAR3 de R\$5,72 (jun/2019)
para R\$15,28
pré-pandemia**

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

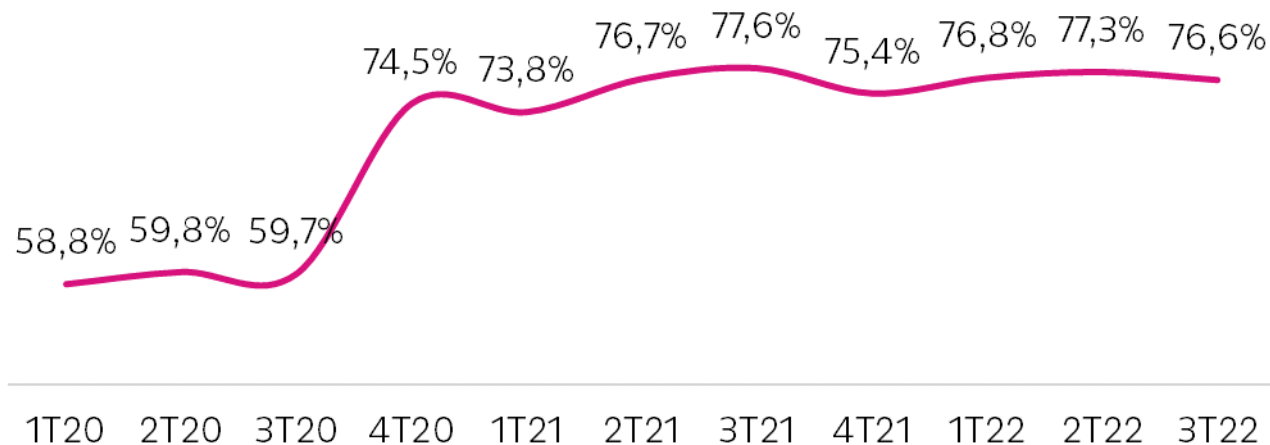


A MARCA

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

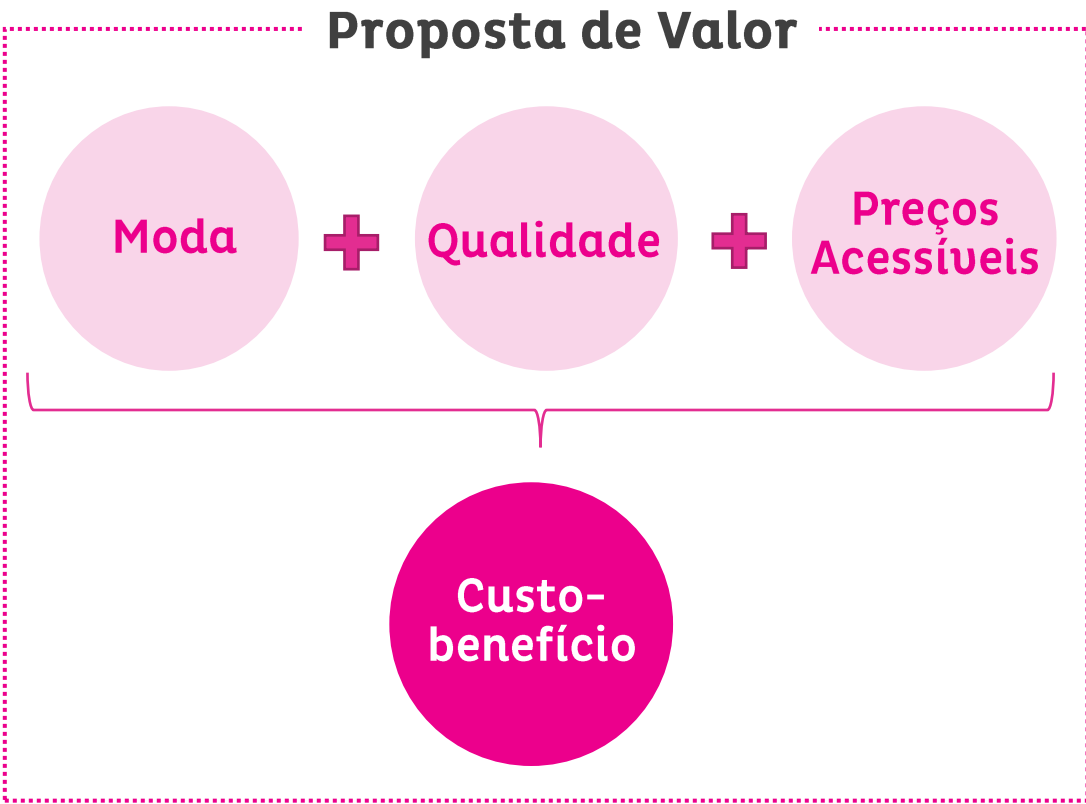
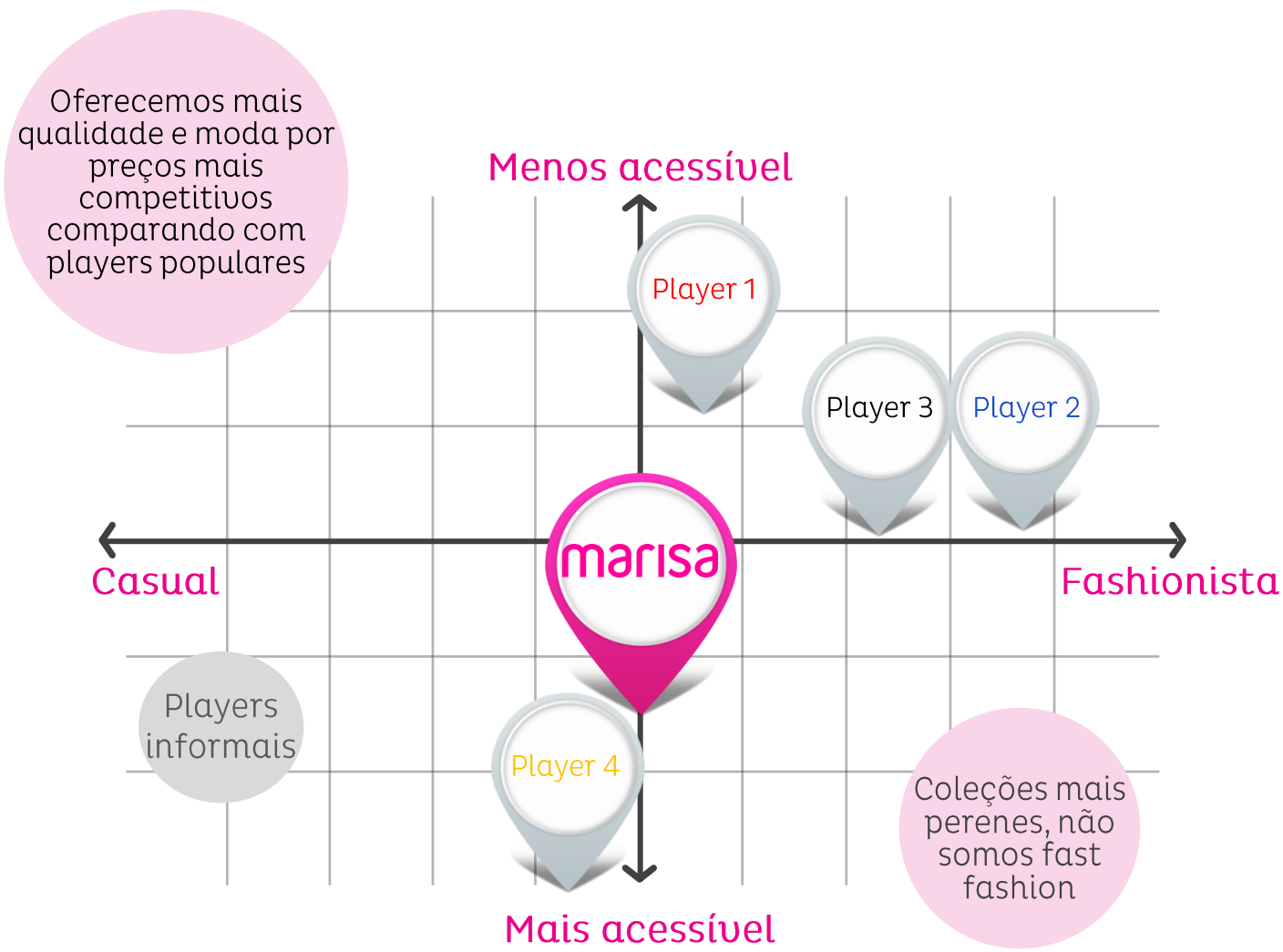
Disseminação da **cultura da cliente** no centro

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 16

De mulher pra mulher

marisa

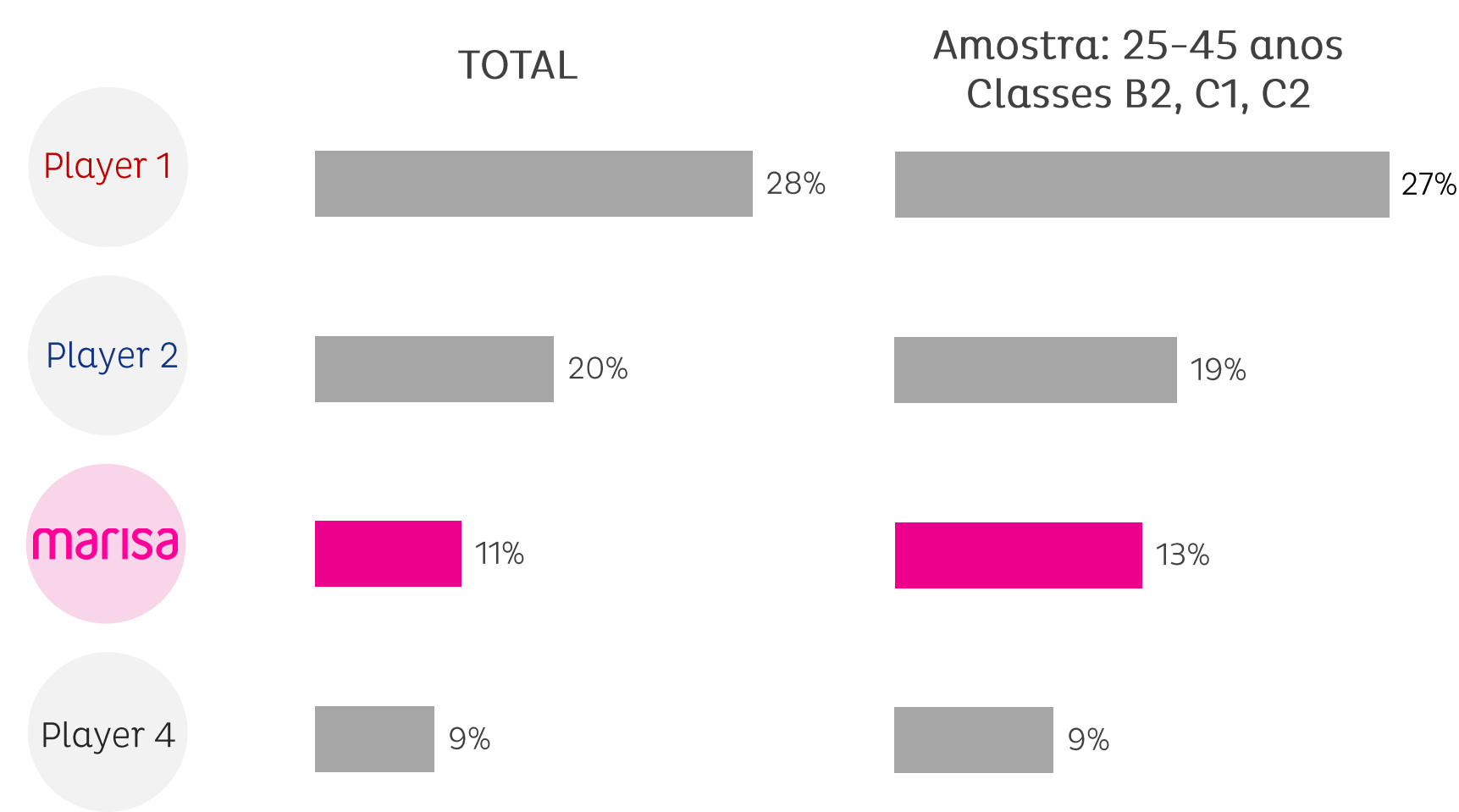
Imagem de marca: como os clientes enxergam a Marisa?
Marisa é a **marca mais associada** a atributos de feminilidade, auto estima e variedades:



De mulher pra mulher

marisa

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

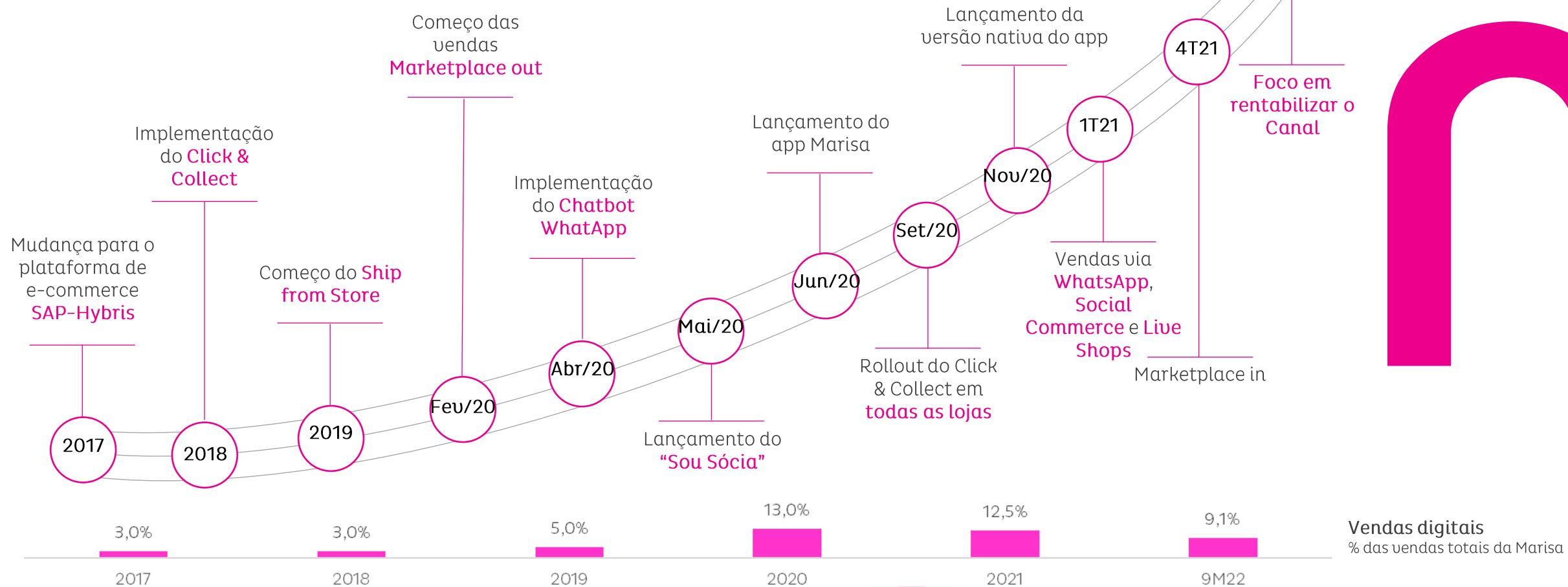


Entre as clientes de 25-45 anos, classe B2, C1 e C2 é onde Marisa mostra melhor desempenho em brand recall

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

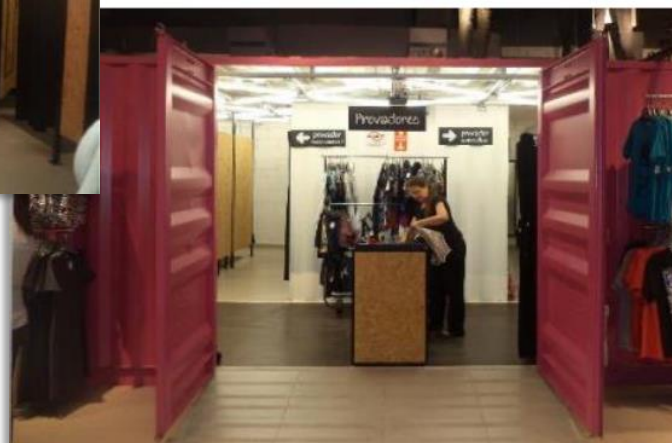
NOVO FORMATO DE LOJA

Nova Loja conceito

Loja Shopping Parque Dom Pedro – Campinas

marisa

ANTES



DEPOIS



Lojas piloto

marisa

+ 4 lojas reformadas em 2021

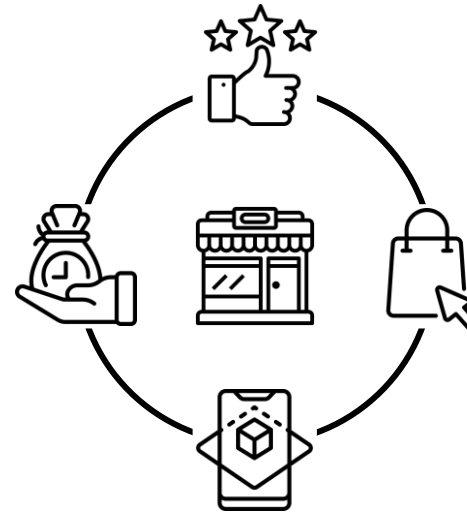
Avenida Paulista

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

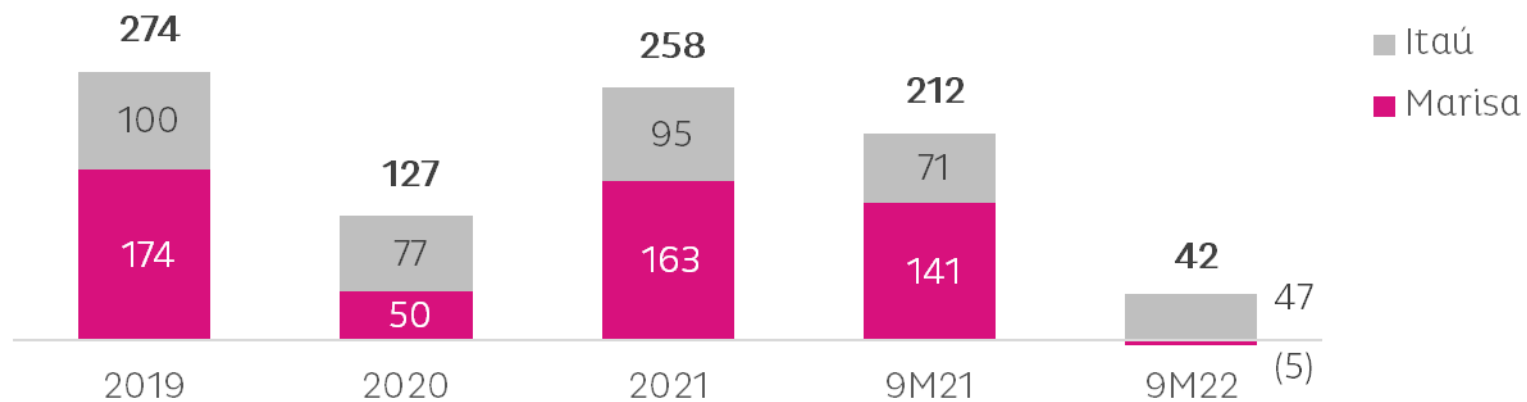
* Lançado 1T22

Mbank já nasce forte



Resultados resilientes

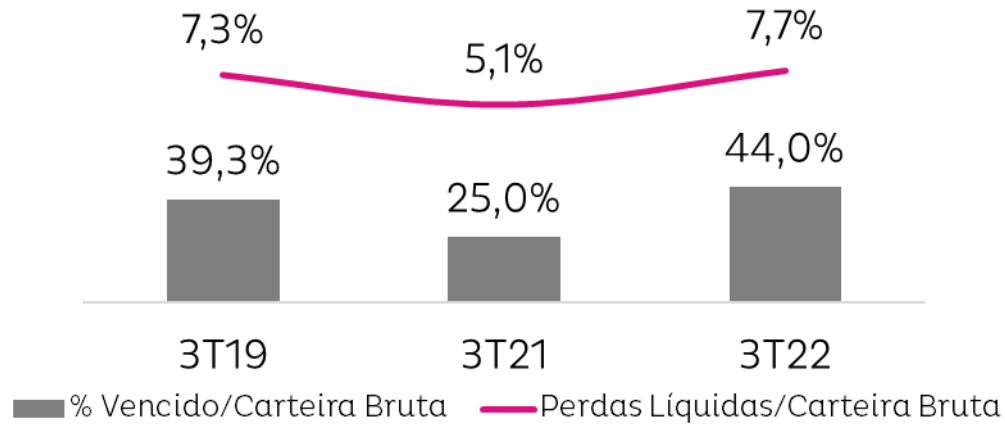
EBITDA Total Mbank (Em R\$ mm)



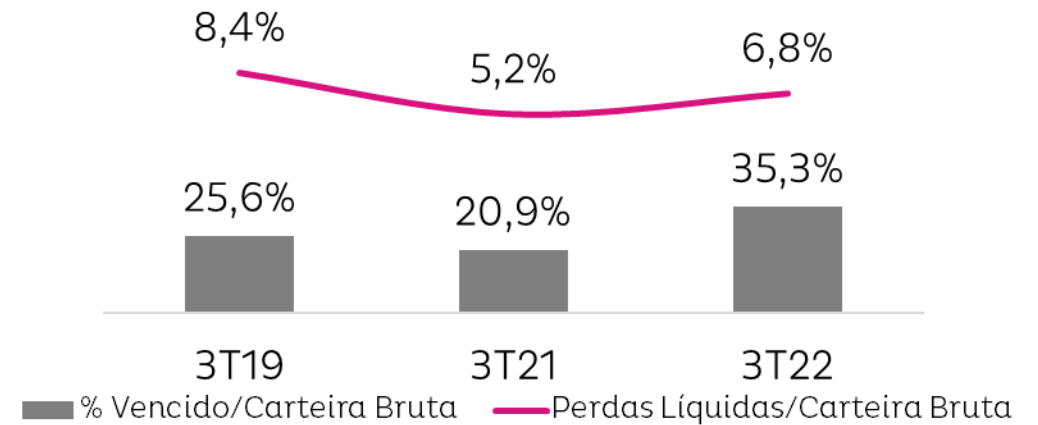
Expertise em concessão de crédito



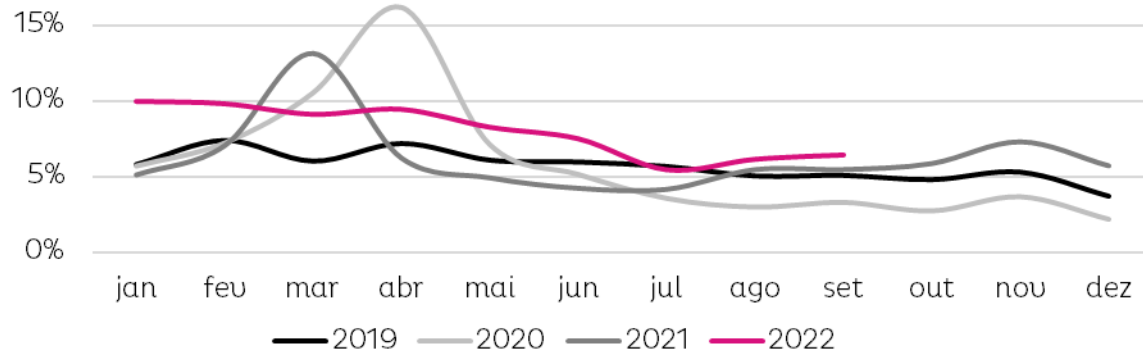
Private Label



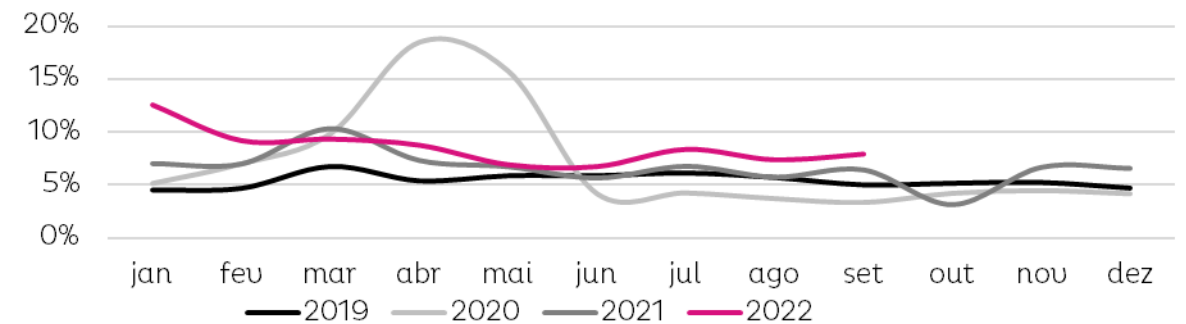
Empréstimo Pessoal



EFFICC



EFFICC

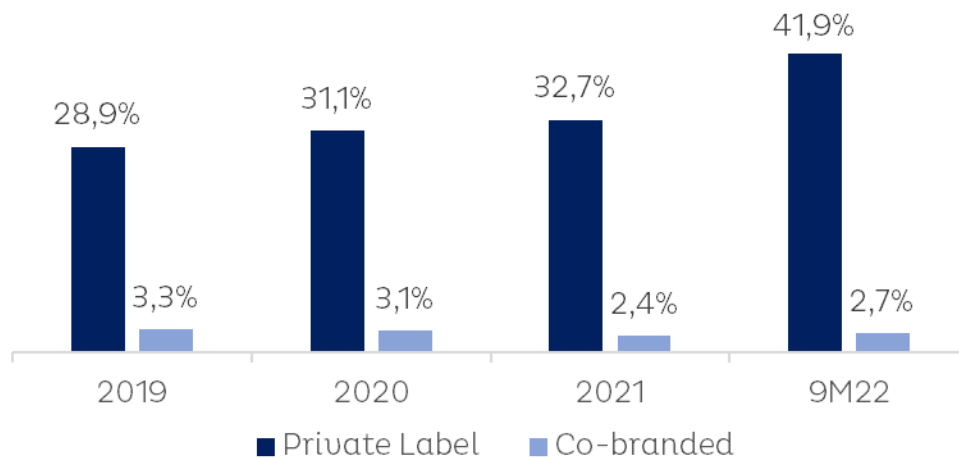


EBITDA do Mbank foi -R\$10,3 milhões no 3T22, versus R\$42,3 no 3T21. Resultado afetado pelo aumento de PDDs e menor produção que impactou o mercado como um todo.

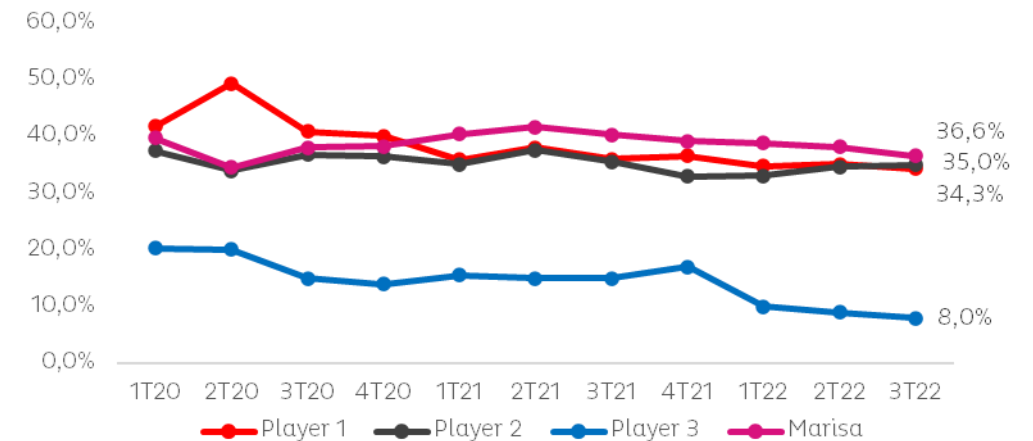
Estratégia do Digital tem acelerado participação do nosso cartão



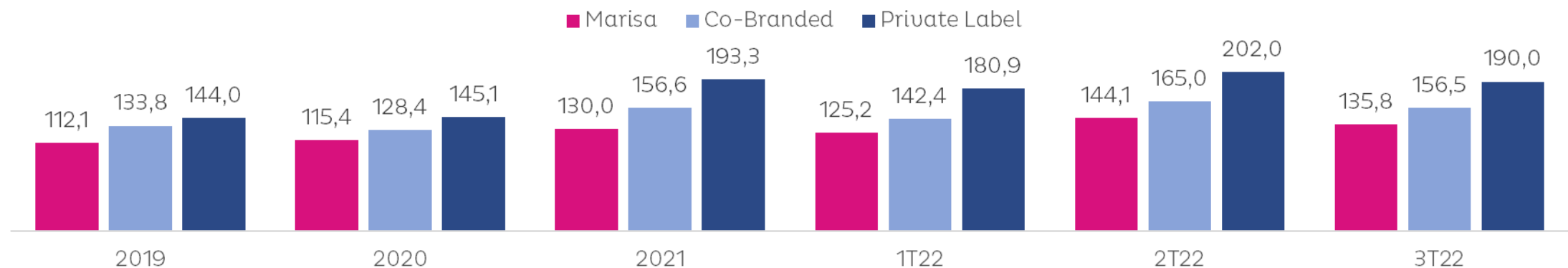
Participação do Cartão Mbank no Canal Digital



Participação do Cartão Mbank vs Players (todos os canais)



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



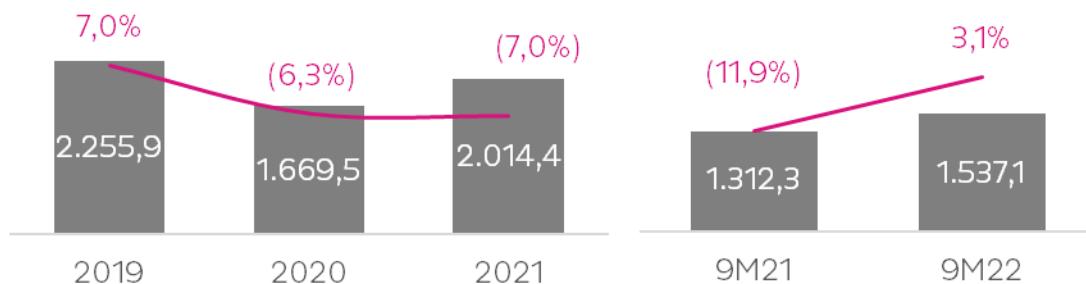
DESTAQUES FINANCEIROS

Destques Financeiros Varejo

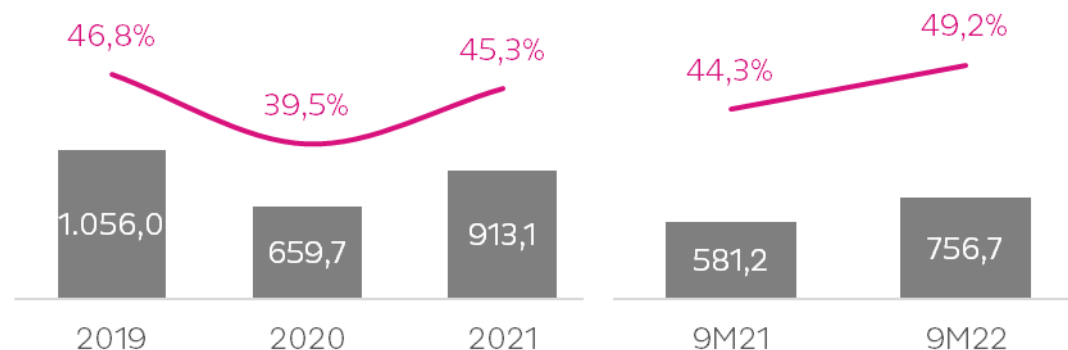
marisa

Em R\$mm (exceto margens e crescimento)

Evolução Receita e SSS Varejo

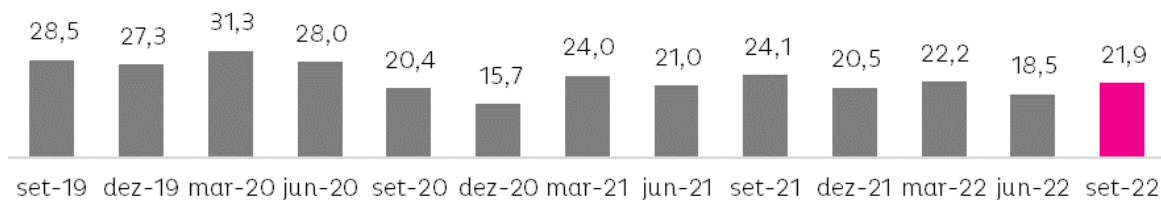


Evolução Lucro e Margem Bruta Varejo



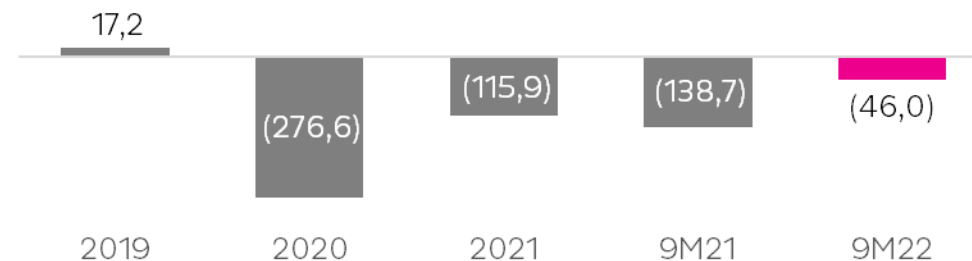
Evolução Estoques

(mm de peças)



EBITDA Ajustado Varejo

Valores Pró-Forma (ex-IFRS 16)

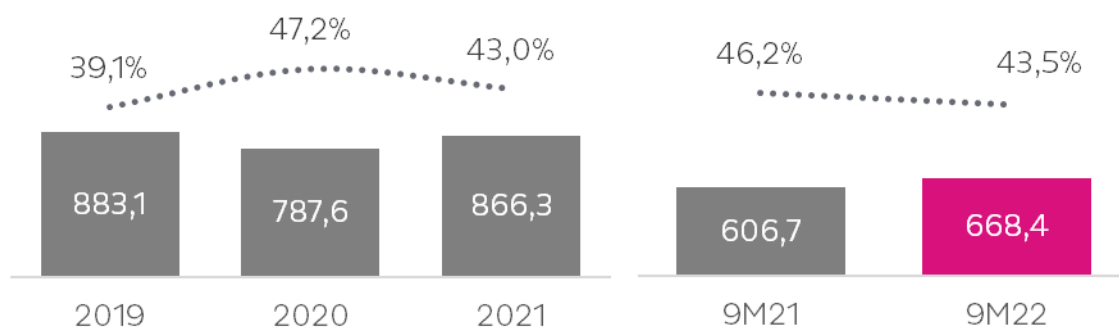


Destques Financeiros Marisa

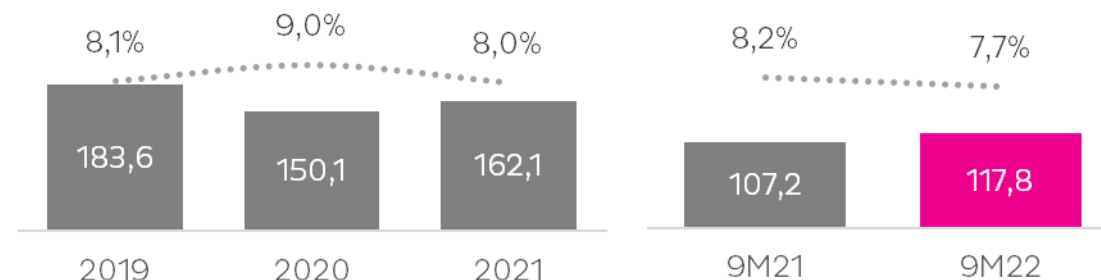
marisa

Em R\$m (exceto margens e crescimento)

Despesas com Vendas e % RL



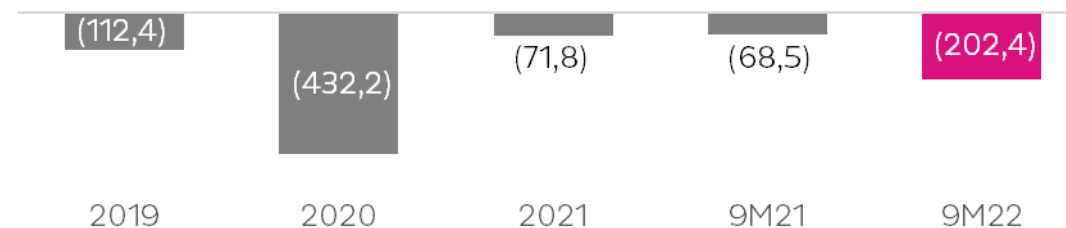
Despesas G&A e % RL



Despesas Financeiras Líquidas



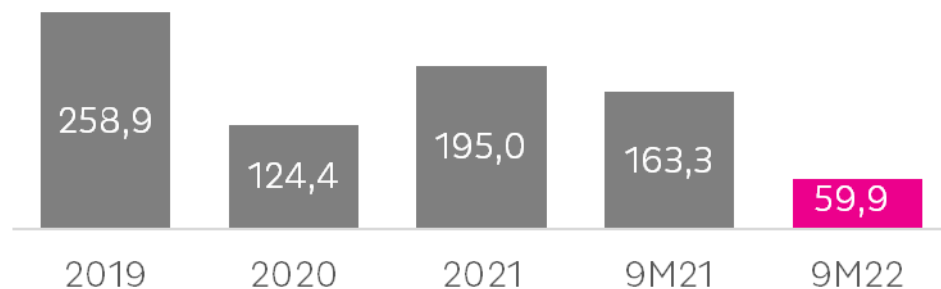
Lucro/(Perda) Líquida



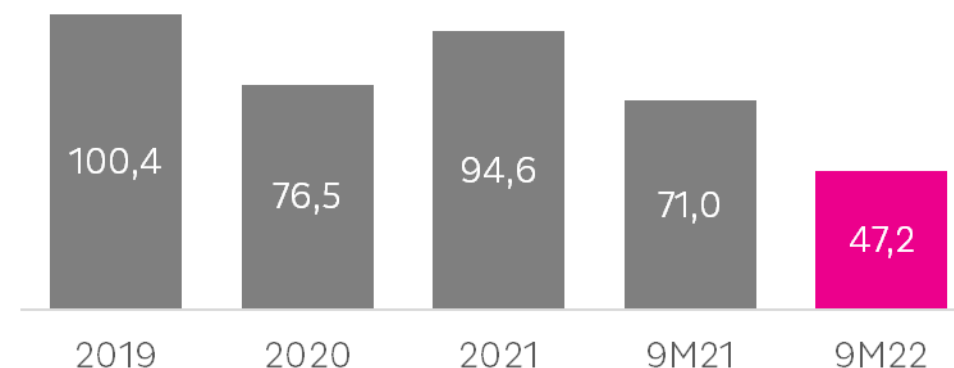
Margem de Contribuição (R\$ mm)

Resultados resilientes ao longo dos anos

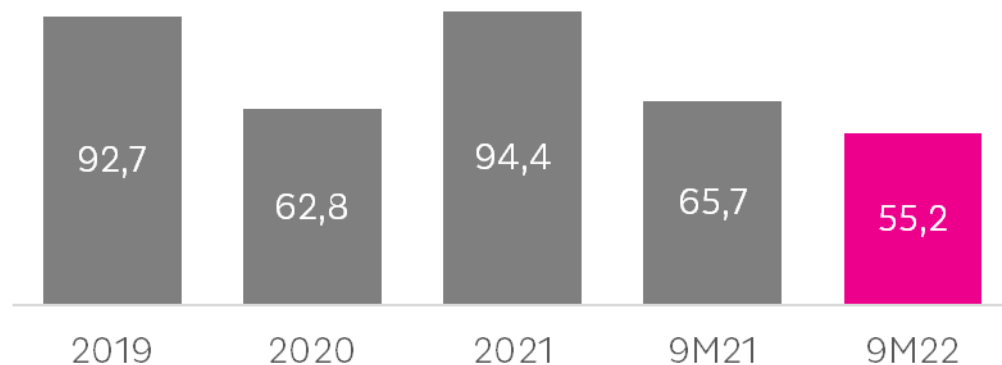
Private Label



Co-Branded



Empréstimo Pessoal

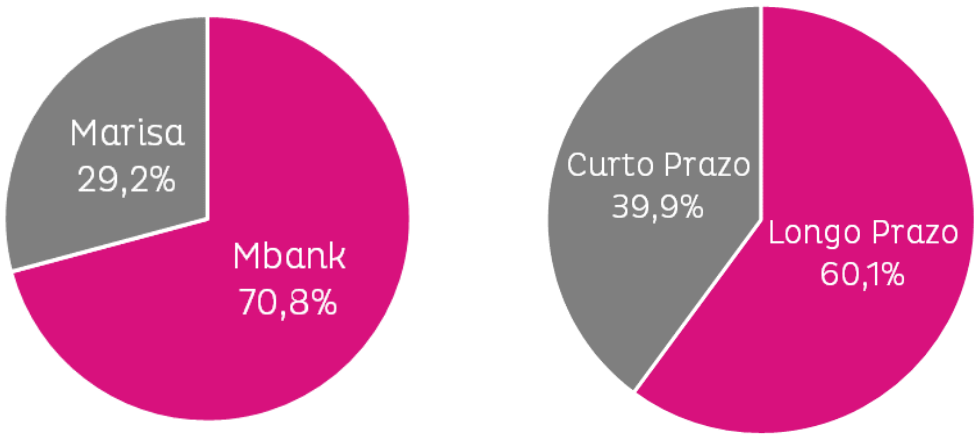


EBITDA Mbank

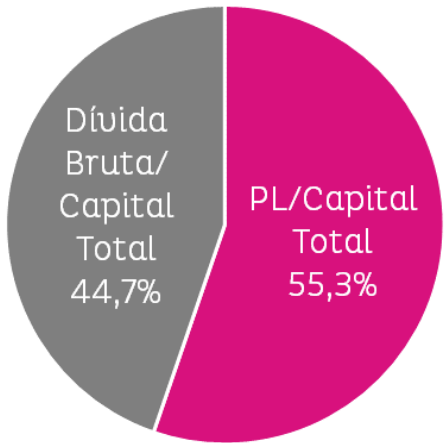


Estrutura de Capital

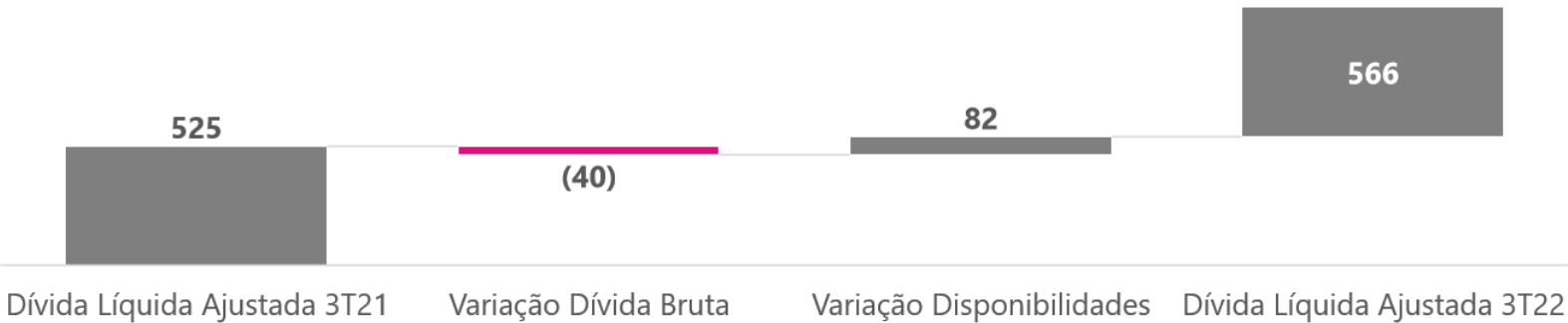
Dívida Bruta Total
R\$788,0 MM (3T22)



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