

# marisa



RESULTADOS

# 2T25





11 de agosto de 2025

A Marisa Lojas S.A. (B3: AMAR3), uma das maiores varejistas de moda para a mulher e sua família, cujo propósito é vestir sonhos e fortalecer conquistas, divulga seus resultados consolidados do segundo trimestre de 2025. As demonstrações contábeis foram elaboradas conforme as normas internacionais de contabilidade International Financial Reporting Standards — IFRS, emitidas pelo International Accounting Standards Board — IASB, e as práticas contábeis adotadas no Brasil.

## Videoconferência de Resultados

12 de agosto de 2025

14H00 (Brasil)

Acesse o webcast

[aqui.](#)

## DESTAQUES DO 2T25 X 2T24



CRESCIMENTO DE 23,3% NAS VENDAS MESMAS LOJAS (SSS)



AVANÇO DE 4,9 P.P. NA MARGEM BRUTA ATINGINDO 54,2% E UM IMPORTANTE AUMENTO DE 35,1% NO LUCRO BRUTO



REDUÇÃO DE 10,3 P.P. NAS DESPESAS COM VENDAS, GERAIS E ADMINISTRATIVAS



EBITDA ACUMULADO DE R\$ 111,2 MILHÕES, AUMENTO DE R\$ 114,1 MILHÕES



LUCRO LÍQUIDO DE R\$ 2,1 MILHÕES VERSUS PREJUÍZO DE R\$ 102,0 MILHÕES NO 2T24



DÍVIDA LÍQUIDA/EBITDA 12M DE 0,4X



EVOLUÇÃO DE 18,6% NO TOTAL DE CLIENTES ATIVOS E QUEDA DE 13,5% NO ÍNDICE CHURN



AUMENTO DE 70,0% NA QUANTIDADE DE CARTÕES MARISA ATIVOS, COM MAIS DE 1 MILHÃO DE UNIDADES EMITIDAS



INCREMENTO DE 116,1% NA RECEITA DA CATEGORIA INFANTIL

# MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

O segundo trimestre de 2025 representou um marco importante na consolidação da nossa estratégia corporativa. Neste período, disseminamos amplamente, junto a todos os colaboradores da Marisa, os seis pilares estratégicos que nortearão nossa atuação no triênio 2025-2027: Sortimento Assertivo, Cadeia de Fornecimento, Mulher no Centro, Loja com Alma, Cultura e Pessoas e Gestão e Governança.

Esses pilares não apenas estruturam nosso plano estratégico como também promovem uma identidade organizacional coesa, engajando nossas equipes em torno de uma visão comum e alinhada à nossa cultura.

Na Marisa, o varejo vai além da oferta de produtos. Temos como missão ser próximos e íntimos da mulher proporcionando acesso à moda com custo-benefício para ela e sua família, como e onde ela quiser. Guiados por esse compromisso assumimos o propósito de vestir sonhos e fortalecer conquistas, promovendo autoestima e autonomia, para que cada mulher seja protagonista da sua própria história.

Com essa ambição, reiteramos nossa aspiração de consolidar a Marisa como a principal referência de moda acessível para a mulher brasileira, sustentada por valores que orientam nossa gestão e nossos relacionamentos com clientes, colaboradores, fornecedores e acionistas.

Os resultados do trimestre evidenciam os primeiros frutos de uma execução disciplinada das iniciativas estratégicas. Demos continuidade a um ciclo virtuoso de crescimento, com evolução consistente, pelo terceiro trimestre consecutivo, dos principais indicadores econômico-financeiros. Esse desempenho reafirma nosso compromisso com a construção de uma Empresa mais eficiente, rentável e geradora de valor de longo prazo.







## SORTIMENTO ASSERTIVO

Aprimoramos significativamente nossa gestão comercial com a implementação de um novo sistema de planejamento, que ampliou a eficiência na gestão das mais de 850 subcategorias de produtos. Esse avanço nos permitiu desenvolver um sortimento mais alinhado ao comportamento da cliente, à sazonalidade e às tendências de consumo.

Previsto para o terceiro trimestre, um novo sistema de abastecimento trará maior inteligência e

automação ao processo de reposição, com foco em regionalização e adaptação às variações sazonais.

A integração entre tecnologia, gestão e governança tem nos proporcionado decisões mais precisas em sortimento, precificação e promoções, refletindo-se em ganhos relevantes nos resultados e fortalecendo a eficiência comercial como alicerce do nosso modelo de negócios.



## MULHER NO CENTRO

Todas as nossas ações, especialmente as de marketing, foram orientadas pelo pilar “Mulher no Centro”, colocando a cliente como protagonista de sua jornada.

Lançamos o verbo “Marisar” como elemento central da comunicação, buscando construir uma identidade de marca única, emocional e reconhecível. Campanhas como o Especial Infantil e o Dia das Mães, com alta de 34,5% nas vendas, demonstram a força da marca e o engajamento do público com a proposta de valor da Marisa.

Nossas campanhas impactaram diretamente o desempenho dos canais físicos e digitais, com elevação significativa em indicadores de fidelização: aumento de 18,6% na base de clientes ativos, 31,2% em clientes recorrentes, 79,5% em novos clientes e redução de 13,5% no índice de churn. O NPS, aferido logo após as compras, continua em trajetória ascendente com crescimento de 13,4 pontos percentuais em 2025, considerando os clientes novos, o que valida os avanços na experiência do cliente.





## LOJA COM ALMA

Seguimos investindo na transformação das lojas em espaços de conexão e experiência. O trabalho conjunto entre Operações e Visual Merchandising assegurou maior coerência entre as campanhas promocionais e a ambientação das lojas.

Avançamos também na padronização das rotinas operacionais e lançaremos, a partir de agosto, uma nova trilha de capacitação para equipes, com foco na humanização do atendimento.

No ambiente digital, implementamos precificação dinâmica e otimizamos a jornada omnicanal.

O Clique e Retire respondeu por 12,2% das vendas digitais. A gestão operacional foi reforçada com a designação de “guardiões” nas lojas, resultando em maior eficiência e satisfação.

No segmento financeiro, a estratégia de CRM e as campanhas de prospecção impulsionaram o uso do cartão Marisa, que respondeu por 27,3% das vendas. A base ativa cresceu 70% em comparação a junho de 2024, ultrapassando 1 milhão de cartões em uso.





## CULTURA E PESSOAS

A cultura organizacional segue como pilar essencial para a sustentabilidade do nosso crescimento. Iniciativas como a REGE — Reunião de Gestores — e o programa Café com o CEO estreitaram os laços entre liderança e times, promovendo alinhamento estratégico e escuta ativa.

Avançamos na implementação de um novo ciclo de avaliação de desempenho, pautado na meritocracia e no desenvolvimento contínuo. No varejo, revisamos o modelo de atendimento com visitas técnicas e observação in loco das lojas.

Ampliamos os canais de comunicação direta com a alta liderança e concluímos a implementação de uma solução de escala com inteligência artificial, que vem otimizando a gestão de pessoal nas lojas e melhorando o atendimento.

Trabalhamos na elaboração do primeiro Relatório de Sustentabilidade, cujo lançamento está previsto para o terceiro trimestre. Adotaremos o padrão internacional IFRS S1, reforçando o compromisso com a transparência, a responsabilidade socioambiental e a prestação de contas aos diversos públicos de interesse. O relatório contemplará temas estratégicos como o inventário de emissões de gases de efeito estufa de 2024, além do desempenho ambiental com foco no uso eficiente de recursos, emissões, gestão de resíduos e consumo energético. Serão abordadas práticas sociais voltadas à promoção dos direitos humanos, diversidade e segurança no ambiente de trabalho, bem como aspectos de governança corporativa, com ênfase em ética, compliance e gestão de riscos. Passaremos a adotar indicadores e metas alinhados aos padrões internacionais GRI (Global Reporting Initiative)

e SASB (Sustainability Accounting Standards Board) para mensurar impactos e fortalecer o engajamento com nossos stakeholders.

No pilar ambiental, desenvolvemos um projeto-piloto de logística reversa em lojas localizadas no estado de São Paulo, por meio do qual reciclamos mais de seis toneladas de papelão e plástico. Já planejamos a expansão dessa iniciativa para o restante do território nacional, ampliando seu impacto positivo.

No pilar social, instituímos grupos de afinidade voltados a colaboradores e parceiros terceirizados, organizados em cinco frentes temáticas: Mulheres, LGBTQIAPN+, Racial, Pessoas com Deficiência e 50+. Esses grupos contam com uma governança estruturada, cujo objetivo é levar as pautas prioritárias à instância do Comitê de Pessoas & ESG.





## DESEMPENHO

Os indicadores econômico-financeiros mantêm sua trajetória de evolução pelo terceiro trimestre consecutivo. No 2T25:

- Receita líquida: R\$ 394,5 milhões (R\$ 692,4 milhões no semestre)
- Crescimento de 22,9% em relação ao 2T24
- Crescimento de 20,6% ante 6M24
- Aumento de 23,3% em vendas nas mesmas lojas
- Margem bruta: aumento de 4,9 p.p. (5,2 p.p. no semestre)
- Despesas VG&A: redução de 3,0% ante 2T24
- EBITDA: R\$ 111,2 milhões no trimestre (R\$ 197,6 milhões no semestre)
- Margem EBITDA de 28,2% no trimestre
- Reversão frente aos números negativos de 2024
- Lucro líquido: R\$ 2,1 milhões no trimestre (R\$ 4,5 milhões no semestre)

Tais resultados são fruto da execução disciplinada de um plano claro, estruturado e amplamente compartilhado com todos os níveis da organização. A atuação sinérgica entre áreas e o fortalecimento do modelo de governança têm garantido foco, responsabilidade e transparência em cada decisão.

Agradecemos a confiança dos nossos acionistas, o comprometimento dos nossos colaboradores e a parceria estratégica dos fornecedores e demais stakeholders nesta jornada de reconstrução e evolução contínua.

### EDSON GARCIA

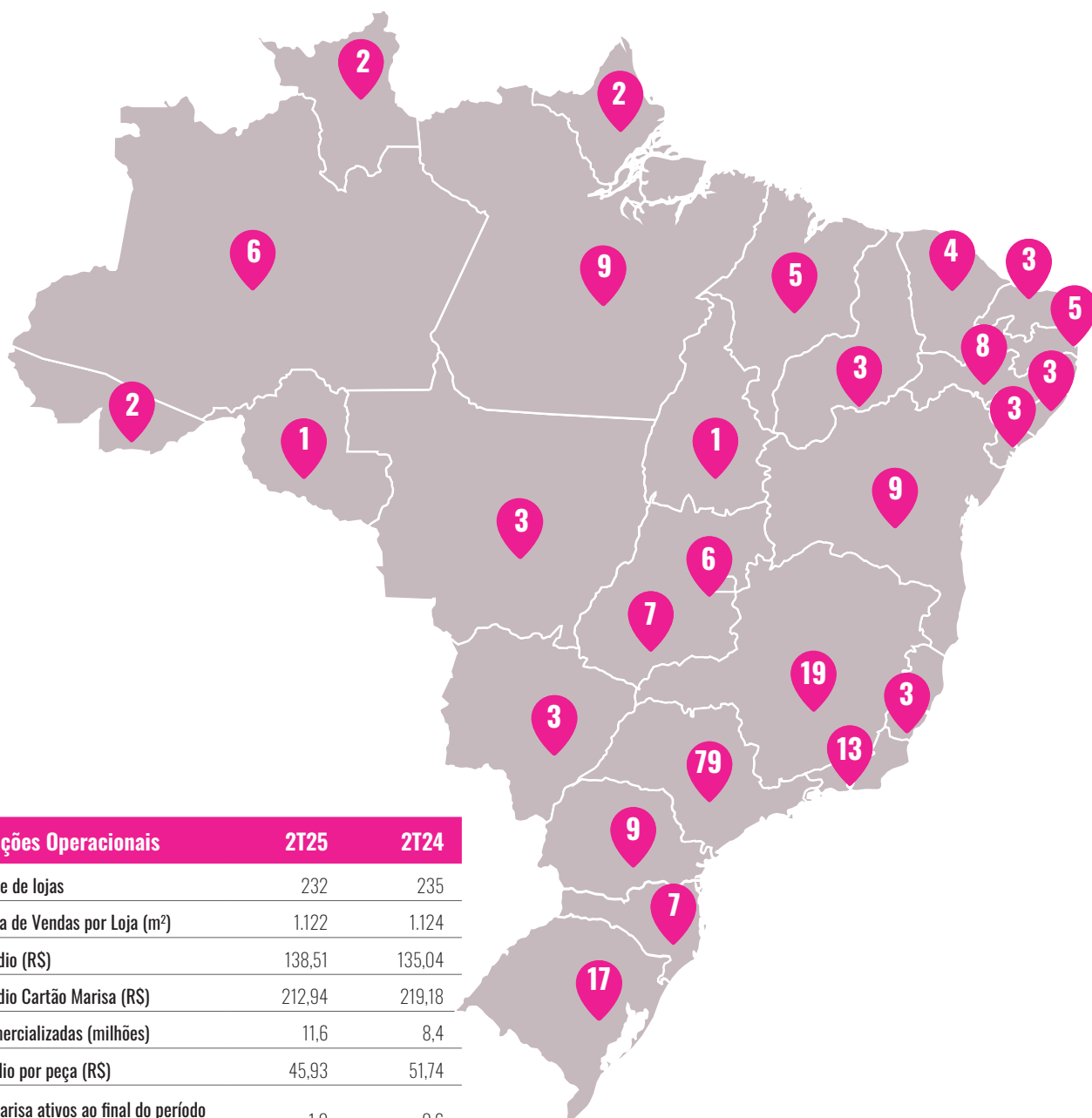
Diretor-Presidente e DRI





# DISTRIBUIÇÃO GEOGRÁFICA DAS LOJAS

(30/06/2025)



Informações Operacionais	2T25	2T24
Quantidade de lojas	232	235
Área Média de Vendas por Loja (m²)	1.122	1.124
Ticket Médio (R\$)	138,51	135,04
Ticket Médio Cartão Marisa (R\$)	212,94	219,18
Peças comercializadas (milhões)	11,6	8,4
Preço médio por peça (R\$)	45,93	51,74
Cartões Marisa ativos ao final do período (milhões)	1,0	0,6



# DESEMPENHO ECONÔMICO- FINANCEIRO CONSOLIDADO

ampliação de

## 38,1%

no volume de peças  
vendidas

+

## RECEITA LÍQUIDA

## R\$394,5 M

avanço de 22,9%  
em relação ao 2T24





## RESULTADOS CONSOLIDADOS

R\$ mil	2T25	2T24	Var. Trimestral	1S25	1S24	Var. Semestral
<b>RECEITA LÍQUIDA</b>	<b>394.481</b>	<b>320.984</b>	<b>22,9%</b>	<b>692.383</b>	<b>574.041</b>	<b>20,6%</b>
Custos das mercadorias vendidas e prestação de serviços	-180.765	-162.835	11,0%	-326.455	-300.020	8,8%
<b>LUCRO BRUTO</b>	<b>213.716</b>	<b>158.149</b>	<b>35,1%</b>	<b>365.928</b>	<b>274.021</b>	<b>33,5%</b>
Margem bruta	54,2%	49,3%	4,9 p.p	52,9%	47,7%	5,2 p.p
Despesas com vendas	-109.965	-112.218	-2,0%	-214.073	-214.879	-0,4%
Despesas gerais e administrativas	-41.314	-43.652	-5,4%	-82.310	-91.761	-10,3%
Despesas com vendas, gerais e administrativas s/ Receita líquida	38,3%	48,6%	-10,3 p.p	42,8%	53,4%	-10,6 p.p
Despesas com depreciação e amortização	-42.856	-41.783	2,6%	-88.035	-85.201	3,3%
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	48.752	-5.227	ns	128.041	169	ns
<b>RESULTADO OPERACIONAL</b>	<b>68.333</b>	<b>-44.731</b>	<b>252,8%</b>	<b>109.551</b>	<b>-117.651</b>	<b>193,1%</b>
Despesas financeiras	-84.509	-61.835	36,7%	-197.888	-117.550	68,3%
Receitas financeiras	17.090	20.040	-14,7%	91.660	35.922	155,2%
<b>RESULTADO ANTES DO IR E CSSL</b>	<b>914</b>	<b>-86.526</b>	<b>101,1%</b>	<b>3.323</b>	<b>-199.279</b>	<b>101,7%</b>
IR E CSSL	1.193	-12.895	109,3%	1.148	-14.431	108,0%
Resultado líquido da operação descontinuada	0	-2.611	na	0	-36.632	na
<b>RESULTADO LÍQUIDO DO PERÍODO</b>	<b>2.107</b>	<b>-102.032</b>	<b>102,1%</b>	<b>4.471</b>	<b>-250.342</b>	<b>101,8%</b>
Margem líquida	0,53%	-31,8%	32,3 p.p	0,6%	-43,6%	44,2 p.p
<b>EBITDA</b>	<b>111.189</b>	<b>-2.948</b>	<b>ns</b>	<b>197.586</b>	<b>-32.450</b>	<b>708,9%</b>
Margem EBITDA	28,2%	-0,9%	29,1 p.p	28,5%	-5,7%	34,2 p.p

## RECEITA LÍQUIDA

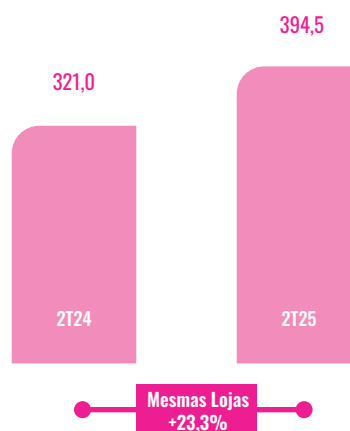
Com avanço de 38,1% no volume de peças vendidas, a receita líquida acumulou R\$ 394,5 milhões no trimestre, com aumentos de 22,9% e de 23,3% em mesmas lojas em relação ao 2T24. As clientes gastaram mais em suas compras, o que contribuiu para um incremento de 2,6% no ticket médio.

O crescimento de volume foi impulsionado pela ampliação do sortimento, com maior assertividade nas coleções, além de campanhas de marketing voltadas ao fortalecimento da conexão emocional com a marca e à geração de tráfego incremental nas lojas. Os destaques de vendas concentraram-se nas linhas infantis e nos itens core da coleção feminina e íntima, refletindo maior aderência às preferências do público-alvo.

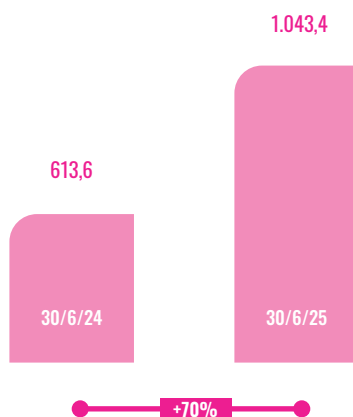
Outro vetor relevante para o crescimento da receita foi a ampliação da base ativa de cartões Marisa, que possuem ticket médio mais elevado e funcionam como mecanismo estratégico de fomento ao consumo, ao expandirem o acesso ao crédito. Estamos orgulhosos por

termos mais de 1 milhão de unidades em uso ao final de junho, avanço de 70% em relação ao mesmo período do ano anterior. As transações realizadas por meio do cartão responderam por 27,3% das vendas do trimestre, refletindo sua crescente relevância como alavanca comercial.

### RECEITA LÍQUIDA (R\$ milhões)



### CARTÕES MARISA ATIVOS (mil unidades)





LUCRO BRUTO  
**R\$213,7 M**

variação expressiva de 35,1% em relação ao 2T24

**+4,9 p.p.**  
de MARGEM BRUTA

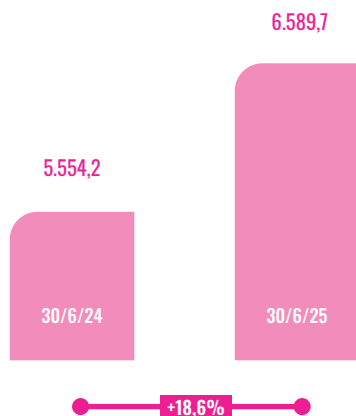
Reflexo da disciplina na gestão  
dos custos das mercadorias  
vendidas e maior rigor na  
governança de margens



As iniciativas para atrair novos clientes e reengajar os inativos foram intensificadas, resultando no aumento de 79,5% na quantidade de novos clientes em relação a 30 de junho de 2024. O índice de “churn” – clientes sem compras há

mais de 12 meses – recuou 13,5%, evidenciando maior fortalecimento dos vínculos com a marca. A quantidade total de clientes ativos ao final de junho cresceu 18,6% em comparação com 30/06/2024.

### CLIENTES ATIVOS (mil clientes)

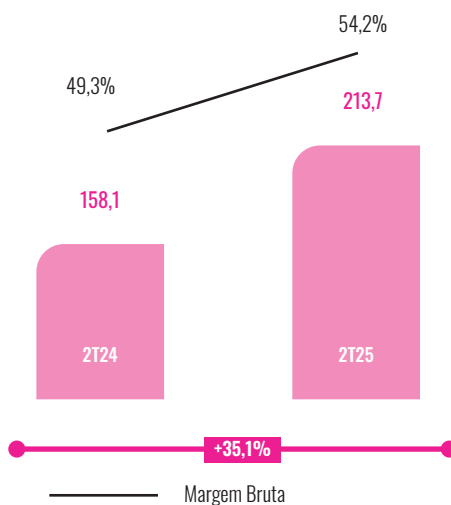


## LUCRO E MARGEM BRUTA

O lucro bruto atingiu R\$ 213,7 milhões no trimestre, avanço de 35,1% ante o 2T24. A margem bruta cresceu 4,9 pontos percentuais, sustentada por uma combinação de fatores: expansão da receita líquida, disciplina na gestão dos custos das

mercadorias vendidas e maior rigor na governança de margens – com ganhos de eficiência nas decisões sobre sortimento, precificação, margens de compra e políticas promocionais.

### LUCRO BRUTO (R\$ milhões)





DESPESAS COM  
VENDAS, GERAIS E  
ADMINISTRATIVAS -  
VG&A

**-3,0%**

Despesas  
VG&A

Melhora de

**10,3 P.P.**

Na alavancagem  
operacional

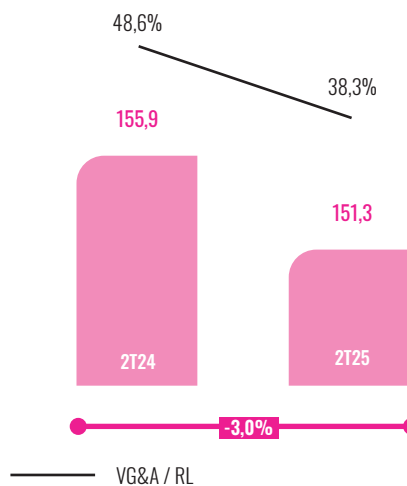
Refletindo a eficácia  
das medidas de  
contenção de gastos



## DESPESAS COM VENDAS, GERAIS E ADMINISTRATIVAS – VG&A

As despesas com vendas, gerais e administrativas recuaram 3,0% na comparação com o 2T24, em linha com o trabalho contínuo de consolidação de uma estrutura mais enxuta, ágil e produtiva. A alavancagem operacional avançou com a redução de 10,3 pontos percentuais na razão entre despesas e receita líquida, refletindo a eficácia das medidas de contenção de gastos. Entre os destaques, as despesas gerais e administrativas caíram 5,4% no trimestre, devido a iniciativas como o redimensionamento de equipes, a simplificação de processos e a revisão de contratos e serviços. A operação com três lojas a menos também contribuiu para a diminuição dos gastos associados à rede física.

### DESPESAS VG&A (R\$ milhões)



## OUTRAS RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS

O resultado da linha de outras receitas e despesas operacionais apresentou reversão significativa, com saldo positivo de R\$ 48,7 milhões no trimestre, ante despesa de R\$ 5,2 milhões registrada no 2T24. A variação decorre,

principalmente, da recuperação de créditos tributários de natureza não recorrente, além da revisão da política de provisionamento de passivos trabalhistas.



EBITDA DE  
**R\$111,2** MILHÕES

Gerou aumento de

**29,1 P.P.**

NA MARGEM





## EBITDA – PÓS-IFRS16

R\$ mil	2T25	2T24	1S25	1S24
Resultado líquido do período	2.107	-102.032	4.471	-250.342
IR e CSSL	-1.193	12.895	-1.148	14.431
Resultado financeiro líquido	67.419	41.795	106.228	81.628
Depreciação e amortização	42.856	41.783	88.035	85.201
Resultado Líquido da Operação Descontinuada	0	2.611	0	36.632
<b>EBITDA</b>	<b>111.189</b>	<b>-2.948</b>	<b>197.586</b>	<b>-32.450</b>
<b>Margem EBITDA</b>	<b>28,2%</b>	<b>-0,9%</b>	<b>28,5%</b>	<b>-5,7%</b>

O EBITDA totalizou R\$ 111,2 milhões no trimestre, com margem de 28,2%, refletindo o avanço do lucro bruto e a redução das despesas operacionais. A contribuição de outras receitas operacionais também impactou positivamente o indicador. Na comparação com o 2T24, o EBITDA apresentou crescimento de R\$ 114,1 milhões, acompanhado de expansão de 29,1 pontos percentuais na margem. O desempenho demonstra a melhora na rentabilidade operacional da Companhia e evidencia os efeitos do foco em reposicionamento comercial e contenção de custos e despesas.





## RESULTADO FINANCEIRO

R\$ mil	2T25	2T24	1S25	1S24
<b>Despesas Financeiras</b>	<b>-84.509</b>	<b>-61.835</b>	<b>-197.888</b>	<b>-117.550</b>
AVP - ajuste a valor presente	-27.013	-19.439	-59.560	-45.409
Ganho ou (perda) em swap	0	420	-55	522
Juros e variação monetária passiva	-24.695	-13.162	-76.172	-16.417
Juros IFRS16	-21.914	-20.155	-42.358	-41.133
Despesas bancárias	-10.374	-8.753	-19.039	-13.848
Outras despesas financeiras	-513	-746	-704	-1.265
<b>Receitas Financeiras</b>	<b>17.090</b>	<b>20.040</b>	<b>91.660</b>	<b>35.922</b>
Juros ativos e atualização monetária	17.514	13.606	92.084	29.254
Aplicações financeiras	-424	6.451	-424	6.617
Descontos obtidos	0	-17	0	51
<b>Resultado Financeiro</b>	<b>-67.419</b>	<b>-41.795</b>	<b>-106.228</b>	<b>-81.628</b>

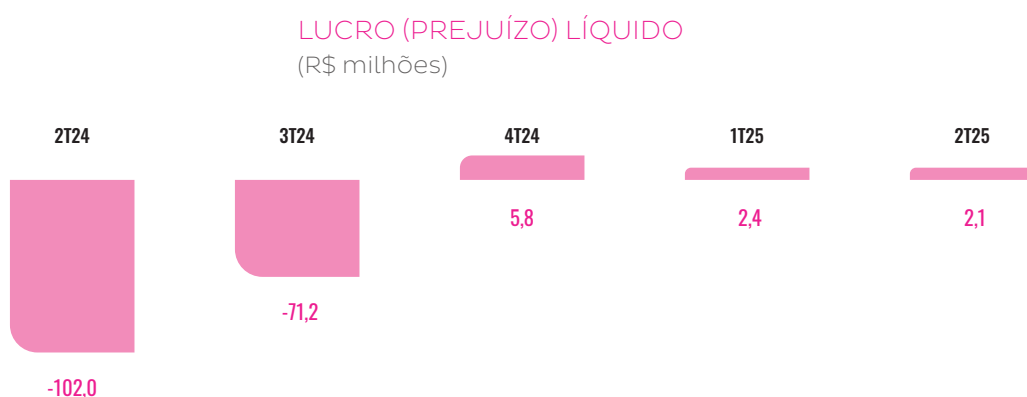
O resultado financeiro foi negativo em R\$ 67,4 milhões no trimestre. Comparadas ao 2T24, as despesas financeiras cresceram 36,7%, devido ao

aumento na conta de juros — reflexo da elevação da taxa Selic.

## LUCRO LÍQUIDO

O lucro líquido de R\$ 2,1 milhões apurado no trimestre reverteu o prejuízo registrado no 2T24. A melhora de R\$ 104,1 milhões decorre de uma combinação de fatores: crescimento da receita líquida, ampliação da margem bruta e avanço da alavancagem operacional,

que elevaram significativamente o EBITDA. O resultado representa o terceiro trimestre consecutivo de lucro líquido, evidenciando a continuidade da trajetória de recuperação. No acumulado do primeiro semestre, o lucro líquido somou R\$ 4,5 milhões.



## DÍVIDA LÍQUIDA

R\$ mil	30/06/2025	31/12/2024	Variação
(+) Empréstimos, financiamentos e debêntures	143.324	123.168	16,4%
(-) Caixa e títulos e valores mobiliários	10.835	93.504	-88,4%
(=) Dívida Líquida	132.489	29.664	346,6%
Dívida líquida/EBITDA dos últimos 12 meses	0,4x	0,2x	

No primeiro semestre, a dívida líquida da Marisa cresceu R\$ 102,8 milhões, devido ao aumento de 16,4% no endividamento e à retração de 88,4% no caixa disponível. O movimento reflete o padrão sazonal de maior saída de recursos no período, em especial devido ao pagamento das compras

realizadas junto a fornecedores no fim de 2024. Em 30 de junho, o índice de alavancagem, medido pela relação entre dívida líquida e EBITDA dos últimos 12 meses, alcançou 0,4x, patamar alinhado ao de outras varejistas do setor.

## CAPEX

R\$ mil	2T25	2T24	Var. Trimestral	1S25	1S24	Var. Semestral
TI	1.883	1.217	54,7%	3.602	2.589	39,1%
Operações	2.074	213	873,7%	2.952	418	606,2%
Obras de engenharia	475	107	343,9%	1.267	272	365,8%
Outros	480	0	na	1.689	386	337,6%

Os investimentos em Capex somaram R\$ 4,9 milhões no trimestre, o que evidencia um avanço de 219,6% em comparação ao 2T24. Os recursos foram direcionados majoritariamente à operação das lojas e à área de tecnologia da informação. As reformas das lojas físicas seguem como parte central da estratégia de modernização dos

pontos de venda, com foco em proporcionar uma experiência de compra mais acolhedora e funcional. No campo da tecnologia, os aportes visam à consolidação de infraestrutura voltada ao suporte operacional das lojas, à racionalização de processos e à adoção de soluções mais eficientes em hardware e software.



## BALANÇOS PATRIMONIAIS CONSOLIDADOS

ATIVO - R\$ mil	30/06/2025	31/12/2024
<b>CIRCULANTE</b>		
Caixa e equivalentes de caixa	10.248	92.052
Contas a receber de clientes	39.299	29.793
Estoques	303.050	260.101
Tributos a recuperar	140.728	95.445
Outros créditos	33.672	24.631
Ativos de operação descontinuada	0	74.480
<b>TOTAL DO ATIVO CIRCULANTE</b>	<b>526.997</b>	<b>576.502</b>
<b>NÃO CIRCULANTE</b>		
Imposto de renda e contribuição social diferidos	61.931	60.765
Tributos a recuperar	846.008	675.941
Depósitos judiciais	39.909	39.467
Títulos e valores mobiliários	587	1.452
Outros créditos	7.537	10.133
Imobilizado	53.326	56.770
Intangível	33.606	37.435
Ativo de direito de uso	448.270	445.793
<b>TOTAL ATIVO NÃO CIRCULANTE</b>	<b>1.491.174</b>	<b>1.327.756</b>
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>2.018.171</b>	<b>1.904.258</b>

<b>PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO - R\$ mil</b>	<b>30/06/2025</b>	<b>31/12/2024</b>
<b>CIRCULANTE</b>		
Empréstimos, financiamentos e debêntures	143.324	118.826
Fornecedores	335.783	311.298
Salários, provisões e contribuições sociais	52.046	46.353
Tributos a recolher e parcelamentos	247.084	165.979
Imposto de renda e contribuição social a pagar	33	14
Partes relacionadas	42	490
Aluguéis, condomínios e fundo de promoção a pagar	16.466	19.732
Receitas diferidas	5.825	6.263
Arrendamento a Pagar	103.131	107.506
Outras obrigações	43.639	43.001
Passivo de operação descontinuada	0	65.418
<b>TOTAL DO PASSIVO CIRCULANTE</b>	<b>947.373</b>	<b>884.880</b>
<b>NÃO CIRCULANTE</b>		
Empréstimos, financiamentos e debêntures	0	4.342
Arrendamento a Pagar	426.410	408.461
Provisão para litígios e demandas judiciais	118.538	129.979
Receitas diferidas	114.641	115.746
Tributos a recolher e parcelamentos	121.128	75.323
Outras obrigações	738	919
<b>TOTAL DO PASSIVO NÃO CIRCULANTE</b>	<b>781.455</b>	<b>734.770</b>
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>		
Capital social	2.312.074	2.312.074
Lucros (prejuízos) acumulados	-2.028.353	-2.032.823
Reserva de opções de ações	7.714	6.599
Ações em tesouraria	-2.092	-1.242
<b>TOTAL DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>289.343</b>	<b>284.608</b>
<b>TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>2.018.171</b>	<b>1.904.258</b>



## DEMONSTRAÇÕES DOS RESULTADOS CONSOLIDADOS

R\$ mil	2T25	2T24	Var. Trimestral	1S25	1S24	Var. Semestral
<b>RECEITA LÍQUIDA</b>	<b>394.481</b>	<b>320.984</b>	<b>22,9%</b>	<b>692.383</b>	<b>574.041</b>	<b>20,6%</b>
Custos das mercadorias vendidas e prestação de serviços	-180.765	-162.835	11,0%	-326.455	-300.020	8,8%
<b>LUCRO BRUTO</b>	<b>213.716</b>	<b>158.149</b>	<b>35,1%</b>	<b>365.928</b>	<b>274.021</b>	<b>33,5%</b>
Margem bruta	54,2%	49,3%	4,9 p.p	52,9%	47,7%	5,2 p.p
Despesas com vendas	-109.965	-112.218	-2,0%	-214.073	-214.879	-0,4%
Despesas gerais e administrativas	-41.314	-43.652	-5,4%	-82.310	-91.761	-10,3%
Despesas com vendas, gerais e administrativas s/ Receita líquida	38,3%	48,6%	-10,3 p.p	42,8%	53,4%	-10,6 p.p
Despesas com depreciação e amortização	-42.856	-41.783	2,6%	-88.035	-85.201	3,3%
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	48.752	-5.227	ns	128.041	169	ns
<b>RESULTADO OPERACIONAL</b>	<b>68.333</b>	<b>-44.731</b>	<b>252,8%</b>	<b>109.551</b>	<b>-117.651</b>	<b>193,1%</b>
Despesas financeiras	-84.509	-61.835	36,7%	-197.888	-117.550	68,3%
Receitas financeiras	17.090	20.040	-14,7%	91.660	35.922	155,2%
<b>RESULTADO ANTES DO IR E CSSL</b>	<b>914</b>	<b>-86.526</b>	<b>101,1%</b>	<b>3.323</b>	<b>-199.279</b>	<b>101,7%</b>
IR E CSSL	1.193	-12.895	109,3%	1.148	-14.431	108,0%
Resultado líquido da operação descontinuada	0	-2.611	na	0	-36.632	na
<b>RESULTADO LÍQUIDO DO PERÍODO</b>	<b>2.107</b>	<b>-102.032</b>	<b>102,1%</b>	<b>4.471</b>	<b>-250.342</b>	<b>101,8%</b>
Margem líquida	0,53%	-31,8%	32,3 p.p	0,6%	-43,6%	44,2 p.p
<b>EBITDA</b>	<b>111.189</b>	<b>-2.948</b>	<b>ns</b>	<b>197.586</b>	<b>-32.450</b>	<b>708,9%</b>
Margem EBITDA	28,2%	-0,9%	29,1 p.p	28,5%	-5,7%	34,2 p.p

## DEMONSTRAÇÕES DOS FLUXOS DE CAIXA CONSOLIDADOS

R\$ mil	2T25	2T24	1S25	1S24
<b>FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS</b>				
Resultado líquido do período	2.107	-102.032	4.471	-250.342
<b>Ajustes para reconciliar resultado líquido com o caixa gerado pelas operações</b>				
Depreciação e amortização	12.622	7.113	26.061	18.729
Provisão para perdas de crédito esperadas	0	42.773	0	42.773
Depreciação do ativo de direito de uso	30.235	31.875	61.975	64.928
Custo residual do ativo imobilizado e intangível baixado	4.829	-3.404	0	928
Provisão para perdas dos estoques e AVP	51.723	-3.777	14.248	0
Juros provisionados sobre passivo de arrendamento	21.913	20.156	42.357	40.661
Ajuste a valor presente sobre contas a receber de clientes	0	265	0	265
Custo residual de contratos de arrendamento encerrados	120	0	0	0
Plano de opção de compra de ações (stock options)	799	-1.888	1.115	1.818
Encargos financeiros e variação cambial sobre saldos de empréstimos, financiamentos, debêntures e mútuos	7.779	33.799	13.638	56.863
Recuperação Pis/Cofins s/ devoluções e gross up na exclusão do ICMS da base de cálculo do Pis/Cofins	0	0	-137.470	0
Imposto de renda e contribuição social diferidos	-1.205	12.885	-1.166	14.420
Provisão para litígios e demandas judiciais	-28.665	3.729	7.360	5.125
<b>(Aumento) redução nos ativos operacionais:</b>				
Contas a receber de clientes	-13.389	89.869	-9.346	272.838
Estoques	18.475	-10.859	-57.197	-67.818
Tributos a recuperar	-43.113	-5.838	-59.839	20.352
Partes relacionadas (ativo)	70	2.376	111	4.847
Depósitos judiciais	1.205	-7.403	459	-11.581
Outros créditos	9.149	12.030	-1.081	-6.942



R\$ mil	2T25	2T24	1S25	1S24
<b>Aumento (redução) nos passivos operacionais:</b>				
Fornecedores	-108.239	-243.531	-52.404	-231.583
Outras obrigações - risco sacado	29.259	0	76.889	0
Tributos a recolher e parcelamentos	54.007	32.090	124.274	11.695
Receita diferida	-827	-524	-1.543	48.878
Salários, provisões e encargos sociais	4.115	-1.872	5.693	-8.139
Partes relacionadas (passivo)	2	10.911	-448	-14.579
Provisão para litígios e demandas judiciais	-5.893	-796	-21.243	-2.606
Aluguéis, condomínio e fundo de promoção a pagar	896	3.549	-3.266	-9.801
Outras obrigações	-995	-49.387	-11.628	-147.664
Imposto de renda e contribuição social pagos	-14	0	-14	0
Juros pagos	-3.629	-80.943	-21.069	-98.155
<b>Caixa gerado pelas atividades operacionais</b>	<b>43.336</b>	<b>-208.834</b>	<b>937</b>	<b>-244.090</b>
<b>FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO</b>				
Aquisição de imobilizado	-2.579	5.290	-4.624	-2.624
Aquisição de ativo intangível	-11.452	-639	-14.164	-837
Títulos e valores mobiliários	433	647	865	1.463
<b>Caixa líquido aplicado nas atividades de investimento</b>	<b>-13.598</b>	<b>5.298</b>	<b>-17.923</b>	<b>-1.998</b>
<b>FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO</b>				
Captação de empréstimos e financiamentos	30.000	298.625	30.000	538.627
Amortização de empréstimos e financiamentos	-11.441	-210.729	-50.634	-262.658
Ações em tesouraria	-850	0	-850	0
Amortização do passivo de arrendamento	-46.434	-57.925	-93.235	-103.513
<b>Caixa líquido aplicado nas atividades de financiamento</b>	<b>-28.725</b>	<b>29.971</b>	<b>-114.719</b>	<b>172.456</b>
<b>Aumento (redução) líquido no caixa e equivalentes de caixa</b>	<b>1.013</b>	<b>-173.565</b>	<b>-131.705</b>	<b>-73.632</b>
<b>Saldo inicial de caixa e equivalentes de caixa</b>	<b>9.236</b>	<b>295.438</b>	<b>141.954</b>	<b>195.505</b>
<b>Saldo final de caixa e equivalentes de caixa</b>	<b>10.249</b>	<b>121.873</b>	<b>10.249</b>	<b>121.873</b>

## A MARISA

Muito além de uma das maiores redes de moda feminina do Brasil, somos uma Companhia em transformação, com o propósito claro de vestir sonhos e fortalecer conquistas. Nosso compromisso é com a mulher brasileira — protagonista da nossa história — e com a sua família, oferecendo moda acessível, atual e com significado.

Desde 1948, quando Bernardo Goldfarb iniciou essa trajetória, seguimos evoluindo com ousadia, simplicidade e atitude de dona. Hoje, reafirmamos nossa missão: ser próxima e íntima da mulher, dando-lhe acesso à moda e à sua família, com custo-benefício, como e onde ela quiser.

Nosso foco estratégico coloca a mulher no centro de tudo o que fazemos. Isso se reflete em um sortimento mais aderente aos seus desejos, em um visual merchandising mais acolhedor e em soluções que vão além da moda, como produtos financeiros que ampliam o acesso ao crédito e iniciativas voltadas ao bem-estar e à sua saúde.

Com um portfólio que atende também o público masculino e infantil, queremos ser a primeira opção de moda para a mulher brasileira e sua família. Investimos continuamente em tecnologia e inovação, com serviços como “Clique e Retire” e “Ship from Store”, que tornam a experiência de compra mais ágil, integrada e conveniente.

Nossos valores — mulher no centro, acolhimento, integração, respeito, simplicidade e atitude de dona — são os pilares que sustentam cada decisão, cada coleção, cada interação.

Estamos edificando, com consistência e paixão, uma marca que representa, acolhe e empodera. Uma marca que entende que moda é ferramenta de expressão, de autoestima e de conquista.





Two women are posing against a solid pink background. The woman on the left is wearing a blue denim vest over a red bandana, blue jeans, and has her right arm raised. The woman on the right is wearing a yellow and white striped shirt, blue jeans, and has her arm around the first woman. Both are smiling.

# marisa

## RELAÇÕES COM INVESTIDORES

### **Edson Salles Abuchaim Garcia**

Diretor-Presidente e de Relações  
com Investidores

### **Adilvo Alves de Souza Jr**

Diretor Executivo Financeiro

[ri.marisa.com.br](http://ri.marisa.com.br)  
[dri@marisa.com.br](mailto:dri@marisa.com.br)

Marisa nas redes sociais

