

marisa



**RELEASE DE
RESULTADOS**

1T26

**Videoconferência
de Resultados**

18 de maio de 2026

9H00 (Brasil)

Acesse o webcast [aqui.](#)

DESTAQUES 1T26



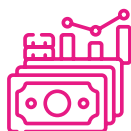
EBITDA RECORRENTE DE R\$ **20,4** MILHÕES. EVOLUÇÃO DE **60,6%** NO COMPARATIVO MESMA BASE DE LOJAS (*SAME STORE SALES*). MELHORA DE **2,8** P.P. NA MARGEM EBITDA



REDUÇÃO DE **17,2%** NAS DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS



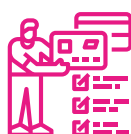
AUMENTO DE **31,6** MILHÕES NO RESULTADO LÍQUIDO RECORRENTE NO COMPARATIVO MESMA BASE DE LOJAS (*SAME STORE SALES*)



CRESCIMENTO DE **22%** NOS CANAIS DIGITAIS COM MELHORA NA RENTABILIDADE E AUMENTO DE **27%** NO LUCRO BRUTO



EVOLUÇÃO DE **8,0%** NA BASE TOTAL DE CARTÕES ATIVOS MARISA COMPARADO AO MESMO PERÍODO DO ANO ANTERIOR.



AUMENTO DE **3,1** P.P. NA PARTICIPAÇÃO DAS VENDAS DO CARTÃO MARISA



AVANÇO DE **6,3%** NA BASE ATIVA TOTAL DE CLIENTES (**6,6** MILHÕES) E REDUÇÃO DE **50%** NO CHURN COMPARADO AO 1T25



AUMENTO DE **20** P.P. NO NPS YTD

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

Dando continuidade à execução do nosso plano de evolução do negócio, iniciamos o ano com um primeiro trimestre em linha com o nosso orçamento, refletindo a disciplina, a melhoria contínua e a consistência das iniciativas estruturadas ao longo dos últimos períodos.

O desempenho operacional do período reforça a assertividade na implementação da nossa estratégia. Seguimos observando avanços relevantes na qualidade das vendas, eficiência comercial e organização da companhia.

Ao longo do trimestre, avançamos em nosso reposicionamento estratégico, mantendo o foco na cliente e no fortalecimento da nossa proposta de valor. Realizamos pesquisas para aprofundar o entendimento sobre suas necessidades, desejos e comportamentos. A partir dos insights obtidos, promovemos ajustes relevantes em produto, incluindo a redefinição dos lifestyles, facilitando a identificação da cliente com a marca e tornando sua jornada de compra mais fluida.

Também evoluímos nossa coleção, ampliando variedade e reforçando atributos de qualidade, sempre com foco em entregar um custo-benefício competitivo e fortalecer nossa posição como marca de preferência da mulher brasileira. Esses movimentos começam gradualmente a se refletir em indicadores operacionais e comerciais.

Nesse período, apresentamos maior eficiência na virada de coleção, com um mix de produtos mais equilibrado para esse momento de transição.



A categoria infantil segue sendo estratégica para a Marisa, considerando que 84% de nossas clientes são mulheres e 70% delas têm filhos. O segmento ganhou maior relevância e destaque nas lojas e continua ampliando sua participação no negócio de forma consistente, reforçando o conceito de one stop shop e a proposta de valor de moda para toda a família. Além disso, contribui de forma relevante para o rejuvenescimento da marca.

A adoção de um calendário promocional robusto, apoiado por mecânicas comerciais eficientes e foco em categorias-chave, também contribuiu positivamente para o desempenho do período, no qual melhoramos em 7% o giro do estoque.

O canal digital manteve a trajetória positiva no trimestre, com avanço de 22% nas vendas. Evoluímos nossa estrutura organizacional por meio de um movimento de seniorização da operação, com a chegada de um novo Diretor de Operações, executivo com mais de 25 anos de experiência, visando fortalecer o time de liderança das nossas lojas, contribuir ainda mais para a evolução da eficiência operacional e consolidar um importante pilar estratégico da Marisa: “Loja com Alma”. Além disso, seguimos avançando na expansão dos canais de venda, incluindo novas parcerias de marketplace in e out, reforçando a

assertividade e a eficiência da operação.

O Cartão Marisa segue como uma importante ferramenta de concessão de crédito e vetor de aumento do ticket médio. No primeiro trimestre, evoluímos 3,1 p.p. na participação das vendas com o Cartão em relação ao mesmo período do ano anterior, apoiados por um crescimento de 5% na ativação.

No que diz respeito à marca, iniciamos neste trimestre um projeto estruturado de rebranding em parceria com renomada empresa do segmento, com o objetivo de evoluir nossa proposta de valor e fortalecer ainda mais a conexão com a mulher brasileira. O trabalho contempla uma escuta aprofundada de clientes e não clientes.

Seguimos priorizando iniciativas com maior retorno operacional, mantendo a disciplina na alocação de capital e com foco na execução do nosso plano, confiantes na evolução consistente dos resultados e na construção de uma companhia mais eficiente, relevante e sustentável no longo prazo.

São Paulo, 15 de maio de 2026

Edson Salles Abuchaim Garcia
Diretor-Presidente



DESEMPENHO ECONÔMICO-FINANCEIRO CONSOLIDADO



INDICADORES DE PERFORMANCE OPERACIONAIS RECORRENTES

COMPARATIVO MESMA BASE DE LOJAS (SSS)

R\$ mil	1T26	1T25	Varição
RECEITA LÍQUIDA	280.667	282.674	-0,7%
MARGEM BRUTA DE PRODUTO	45,9%	45,7%	0,2 p.p.
SG&A	161.061	175.483	-8,2%
EBITDA Pós IFRS 16 Recorrente (Ajustado)	20.396	12.698	60,6%
Margem EBITDA Recorrente (Ajustada)	7,3%	4,5%	2,8 p.p.

RESULTADOS CONSOLIDADOS

R\$ mil	1T26	1T25	Varição
RECEITA LÍQUIDA	286.454	297.902	-3,8%
Custos das mercadorias vendidas e prestação de serviços	-145.818	-145.690	0,1%
LUCRO BRUTO	140.636	152.212	-7,6%
Margem bruta	49,1%	51,1%	-2,0 p.p.
Despesas com vendas	-104.342	-104.108	0,2%
Despesas gerais e administrativas	-33.962	-40.996	-17,2%
Despesas com vendas, gerais e administrativas s/Receita líquida	-48,3%	-48,7%	-0,4 p.p.
Despesas com depreciação e amortização	-37.041	-45.179	-18,0%
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	26.229	79.289	-66,9%
RESULTADO OPERACIONAL	-8.480	41.218	na
Despesas financeiras	-114.624	-113.379	1,1%
Receitas financeiras	26.291	74.570	-64,7%
RESULTADO ANTES DO IR E CSSL	-96.813	2.409	na
IR e CSSL	998	-45	na
RESULTADO LÍQUIDO DO PERÍODO	-95.815	2.364	na
Margem líquida	na	0,8 p.p.	na
EBITDA	28.561	86.397	-66,9%
Margem EBITDA	10,0%	29,0%	-19,0 p.p.

RECEITA LÍQUIDA

As vendas em mesmas lojas comparáveis (SSS) totalizaram R\$ 280,7 milhões no 1T26, leve redução de 0,7% em relação aos R\$ 282,7 milhões registrados no 1T25. O resultado reflete estabilidade no faturamento da Companhia no período a despeito do cenário econômico adverso e aumento da inadimplência das famílias.

RECEITA LÍQUIDA COMPARATIVO MESMA BASE DE LOJAS (SSS)

(R\$ milhões)



No primeiro trimestre de 2026, a Companhia registrou 345 mil clientes novas (aquelas que realizaram a primeira compra entre janeiro e março) e 302 mil clientes recorrentes (com duas ou mais compras no trimestre). Os resultados refletem os avanços na experiência de compra, maior assertividade comercial e evolução da estratégia omnicanal, contribuindo para ganhos de conversão e fidelização.

Ao longo do 1T26, a Companhia avançou em seu reposicionamento estratégico, com foco na cliente e na evolução da proposta de valor da marca. As iniciativas implementadas incluíram ajustes no portfólio e nas coleções, com avanços em variedade, qualidade e conteúdo aspiracional dos produtos, além do fortalecimento das categorias Infantil e Masculina, em linha com a estratégia de atender não apenas a mulher brasileira, mas

No consolidado, a receita líquida da Marisa alcançou R\$ 286,5 milhões no 1T26, o que representa redução de 3,8% na comparação com o mesmo trimestre do ano anterior.

RECEITA LÍQUIDA CONSOLIDADA

(R\$ milhões)

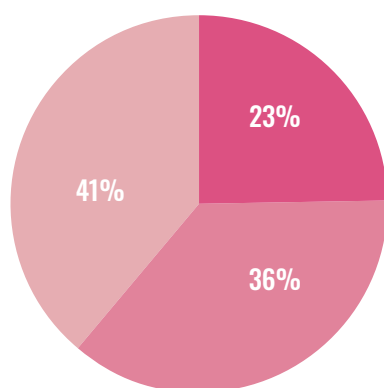


também sua família. Como resultado, os produtos infantis ganharam participação no trimestre, reforçando a estratégia de one stop shop.

Os avanços na experiência de compra, a maior assertividade comercial e a evolução da estratégia omnicanal contribuíram para ganhos de conversão, fidelização e resgate de clientes, com redução de 50% no churn no período. As categorias feminino e íntimo se destacaram especialmente em março, com crescimento relevante de participação. O canal digital manteve trajetória positiva, com crescimento de 22%, impulsionado pela expansão dos canais de venda, novas parcerias comerciais e ampliação do sortimento via modelo 3P.

FORMAS DE PAGAMENTO

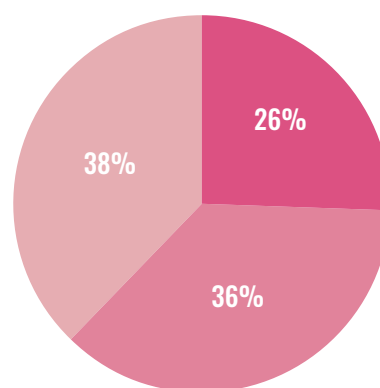
1T25



● Cartão Marisa ● Outros Cartões ● À Vista

FORMAS DE PAGAMENTO

1T26



O aumento da participação do cartão Marisa melhorou o relacionamento e o engajamento durante a jornada de compra. Com mais de um milhão de unidades ativas no final de março

de 2026, 8,0% a mais do que em 31/03/2025, o cartão Marisa representou 26,0% das transações.

LUCRO BRUTO E MARGEM

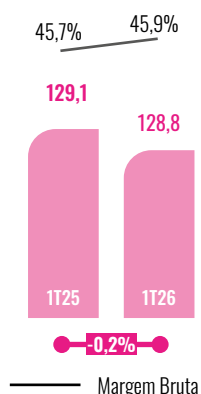
O lucro bruto de produto em mesmas lojas comparáveis (SSS) foi de R\$ 128,9 milhões no 1T26, praticamente em linha com os R\$ 129,1 milhões registrados no mesmo período do ano anterior, com leve redução de 0,2%.

No consolidado, o lucro bruto totalizou R\$ 140,6 milhões nos primeiros três meses de 2026, redução de 7,6% em relação ao reportado no mesmo trimestre do ano anterior. Nesse sentido, a margem bruta foi de 49,1% no período.

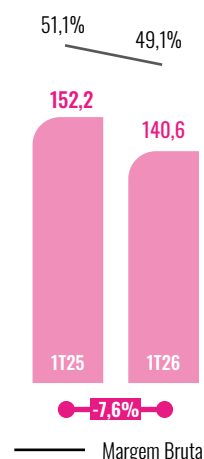
A margem bruta de produto em mesmas lojas comparáveis (SSS), por sua vez, apresentou avanço de 0,2 p.p., alcançando 45,9% no trimestre. O incremento da margem do período demonstra a evolução na negociação, gestão e no escoamento mais eficiente dos estoques, que vem sendo feita de forma gradual e mais assertiva, combinada a uma estratégia comercial mais dinâmica.

A Companhia segue avançando na eficiência operacional, na gestão comercial e na disciplina de estoques, contribuindo para uma evolução da rentabilidade bruta.

LUCRO E MARGEM BRUTA DE PRODUTOS (%) COMPARATIVO MESMA BASE DE LOJAS (SSS) (R\$ milhões)



LUCRO E MARGEM BRUTA CONSOLIDADO (R\$ milhões)



DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS

Em linha com o plano estratégico da Companhia, focado em rentabilidade e austeridade, as despesas gerais e administrativas melhoraram 17,2% frente ao 1T25, ao atingirem R\$ 33,9 milhões, além de apresentarem redução de 1,9 pontos percentuais em relação à receita líquida auferida no período.

Esse desempenho reflete uma gestão mais rigorosa de despesas e preservação de caixa com foco em eficiência operacional, apoiada por uma cultura organizacional orientada à meritocracia. Com metas mais claras e maior engajamento das equipes, a Companhia vem alcançando ganhos de produtividade e maior disciplina na alocação de despesas.

MELHORA CONSISTENTE NAS DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS (R\$ milhões)



OUTRAS RECEITAS OPERACIONAIS

No 1T26, a linha de Outras Receitas (Despesas) Operacionais registrou saldo positivo de R\$ 26,2 milhões. Cabe ressaltar que no 1T25 a Companhia realizou um forte trabalho de

recuperação de créditos fiscais e tributários com o reconhecimento de receitas não recorrentes no período.

EBITDA PÓS IFRS 16 E RESULTADO LÍQUIDO

EBITDA E MARGEM PÓS IFRS 16

COMPARATIVO MESMA BASE DE LOJAS (SSS)

R\$ mil	1T26	1T25	Variação
Resultado líquido recorrente e comparativo mesma base de lojas	-95.815	-127.408	24,8%
IR e CSSL	-998	45	na
Resultado financeiro líquido	80.168	94.882	-15,5%
Depreciação e amortização	37.041	45.179	-18,0%
EBITDA Pós IFRS 16 recorrente comparativo mesma base de lojas	20.396	12.698	60,6%
Margem EBITDA Pós IFRS 16 recorrente comparativo mesma base de lojas	7,3%	4,5%	2,8 p.p.

Evolução de 60,6% e de 2,8 pontos percentuais no EBITDA e margem EBITDA recorrentes mesma base de lojas, respectivamente. O desempenho evidencia a evolução operacional e financeira da Companhia decorrente da

estratégia de posicionamento mais assertivo de produtos com rentabilidade, gestão de estoques, além do rígido controle e austeridade nas despesas operacionais.

EBITDA E MARGEM PÓS IFRS 16

R\$ mil	1T26	1T25	Variação
Resultado líquido do período	-95.815	2.364	na
IR e CSSL	-998	45	na
Resultado financeiro líquido	88.333	38.809	127,6%
Depreciação e amortização	37.041	45.179	-18,0%
EBITDA	28.561	86.397	-66,9%
Margem EBITDA	10,0%	29,0%	-19,0 p.p.

O resultado do trimestre foi influenciado, principalmente, pela reversão dos efeitos positivos relacionados ao reconhecimento

de créditos tributários não recorrentes, que haviam beneficiado os resultados em períodos anteriores.

RESULTADO FINANCEIRO

R\$ mil	1T26	1T25	Varição
Despesas Financeiras	-114.624	-113.379	1,1%
Receitas Financeiras	26.291	74.570	-64,7%
Resultado Financeiro	-88.333	-38.809	127,6%

O resultado financeiro líquido foi negativo em R\$ 88,3 milhões no 1T26 e foi impactado pela base comparativa, pois no mesmo período do ano anterior houve reconhecimento da atualização monetária de créditos tributários, efeito que beneficiou as receitas financeiras naquele trimestre.

As despesas financeiras permaneceram em linha com o ano anterior em função do cenário econômico que manteve as taxas de juros em patamares elevados e do maior nível de endividamento da Companhia.

DÍVIDA LÍQUIDA

R\$ mil	31/03/2026	31/12/2025
(+) Empréstimos, financiamentos e debêntures (circulante e não circulante)	375.839	337.171
(-) Caixa e títulos e valores mobiliários (circulante e não circulante)	39.080	59.857
(=) Dívida Líquida	336.759	277.314
Dívida líquida/EBITDA dos últimos 12 meses	1,3x	0,8x

A dívida líquida da Companhia totalizou R\$ 336,8 milhões e, dessa forma, o indicador de alavancagem encerrou o trimestre em 1,3x Dívida Líquida/EBITDA dos últimos

doze meses. O nível de alavancagem segue uma gestão e acompanhamento rigoroso, permanecendo compatível e alinhado ao planejamento estratégico.

CAPEX

R\$ milhões	1T26	1T25
Ampliação e reformas	-	3,7
Operações	0,1	0,1
T.I.	5,9	2,1
Total Capex	6,0	5,9

Os investimentos em Capex no 1T26 foram direcionados para tecnologia da informação, apoiando iniciativas como o autoatendimento,

o Clique & Retire e melhorias na infraestrutura digital das lojas.

Balanços Patrimoniais Consolidados

R\$ mil - ATIVO	31/03/2026	31/12/2025
CIRCULANTE		
Caixa e equivalentes de caixa	10.626	47.990
Contas a receber de clientes	10.264	58.595
Estoques	295.579	259.732
Tributos a recuperar	206.060	157.240
Outros créditos	49.743	41.616
TOTAL DO ATIVO CIRCULANTE	572.272	565.173
NÃO CIRCULANTE		
Imposto de renda e contribuição social diferidos	56.904	55.802
Tributos a recuperar	854.310	887.255
Depósitos judiciais	48.427	48.353
Títulos e valores mobiliários	28.454	11.867
Outros créditos	12.173	10.036
Imobilizado	45.040	43.671
Intangível	34.789	33.556
Ativo de direito de uso	385.831	401.100
TOTAL ATIVO NÃO CIRCULANTE	1.465.928	1.491.640
TOTAL DO ATIVO	2.038.200	2.056.813

R\$ mil- PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	31/03/2026	31/12/2025
CIRCULANTE		
Empréstimos, financiamentos e debêntures	250.006	198.773
Fornecedores	275.358	268.589
Salários, provisões e contribuições sociais	77.205	62.988
Tributos a recolher e parcelamentos	177.810	161.209
Imposto de renda e contribuição social a pagar	292	44
Aluguéis, condomínios e fundo de promoção a pagar	13.166	19.293
Receitas diferida	4.511	4.949
Arrendamento a Pagar	100.593	98.755
Outras obrigações	26.138	58.374
Fornecedores convênio	88.497	52.961
TOTAL DO PASSIVO CIRCULANTE	1.013.576	925.935
NÃO CIRCULANTE		
Empréstimos, financiamentos e debêntures	125.833	138.398
Arrendamento a Pagar	342.119	369.657
Provisão para litígios e demandas judiciais	166.346	166.314
Receitas diferidas	95.006	95.043
Tributos a recolher e parcelamentos	155.336	125.717
Outras obrigações	11.166	11.592
TOTAL DO PASSIVO NÃO CIRCULANTE	895.806	906.721
PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
Capital social	2.312.159	2.312.159
Lucros (prejuízos) acumulados	-2.188.620	-2.092.805
Reserva de opções de ações	8.213	8.018
Ações em tesouraria	-2.092	-2.092
Outros resultados abrangentes	-842	-1.123
TOTAL DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO	128.818	224.157
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	2.038.200	2.056.813

Demonstrações dos Resultados Consolidados

R\$ mil	1T26	1T25	Varição
RECEITA LÍQUIDA	286.454	297.902	-3,8%
RECEITA LÍQUIDA comparativo mesma base de lojas (SSS)	280.667	282.674	-0,7%
Custos das mercadorias vendidas e prestação de serviços	-145.818	-145.690	0,1%
LUCRO BRUTO	140.636	152.212	-7,6%
Margem bruta	49,1%	51,1%	-2,0 p.p.
LUCRO BRUTO de produto comparativo mesma base de lojas (SSS)	128.839	129.131	-0,2%
Margem bruta de produto comparativo mesma base de lojas (SSS)	45,9%	45,7%	0,2 p.p.
Despesas com vendas	-104.342	-104.108	0,2%
Despesas gerais e administrativas	-33.962	-40.996	-17,2%
Despesas com vendas, gerais e administrativas s/Receita líquida	-48,3%	-48,7%	-0,4 p.p.
Despesas com depreciação e amortização	-37.041	-45.179	-18,0%
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	26.229	79.289	-66,9%
RESULTADO OPERACIONAL	-8.480	41.218	na
Despesas financeiras	-114.624	-113.379	1,1%
Receitas financeiras	26.291	74.570	-64,7%
RESULTADO ANTES DO IR E CSSL	-96.813	2.409	na
IR E CSSL	998	-45	na
RESULTADO LÍQUIDO DO PERÍODO	-95.815	2.364	na
Margem líquida	na	0,8 p.p.	na
RESULTADO LÍQUIDO comparativo mesma base de lojas (SSS)	-95.815	-127.408	24,8%
Margem líquida comparativo mesma base de lojas (SSS)	na	na	na
EBITDA	28.561	86.397	-66,9%
Margem EBITDA	10,0%	29,0%	-19,0 p.p.
EBITDA comparativo mesma base de lojas (SSS)	20.396	12.698	60,6%
Margem EBITDA comparativo mesma base de lojas (SSS)	7,3%	4,5%	2,8 p.p.

Demonstrações dos Fluxos de Caixa Consolidados

R\$ mil	1T26	1T25
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS		
Resultado líquido do período	-95.815	2.364
Ajustes para reconciliar resultado líquido com o caixa gerado pelas operações		
Depreciação e amortização	7.281	13.439
Depreciação do ativo de direito de uso	27.387	31.740
Custo residual do ativo imobilizado e intangível baixado	-695	-4.829
Provisão para perdas dos estoques e AVP	-27.841	-37.475
Juros provisionados sobre passivo de arrendamento	19.131	20.444
Custo residual de contratos de arrendamento encerrados	-14.444	-120
Plano de opção de compra de ações (stock options)	195	316
Encargos financeiros e variação cambial sobre saldos de empréstimos	18.447	5.859
Recuperação de PIS e COFINS sobre devoluções e gross up na exclusão do ICMS	-	-137.470
Recuperação de IRPJ/CSLL de anos anteriores	-1.102	39
Provisão para litígios e demandas judiciais	3.628	36.025
(Aumento) redução nos ativos operacionais:		
Contas a receber de clientes	48.331	4.043
Estoques	-8.006	-75.672
Tributos a recuperar	-15.875	-16.726
Partes relacionadas	-	41
Depósitos judiciais	-74	-746
Outros créditos	-10.264	-10.230

R\$ mil	1T26	1T25
Aumento (redução) nos passivos operacionais:		
Fornecedores	6.769	55.835
Outras obrigações - risco sacado	35.536	47.630
Tributos a recolher e parcelamentos	46.468	70.267
Receita diferida	-475	-716
Salários, provisões e encargos sociais	14.217	1.578
Partes relacionadas (passivo)	-	-450
Provisão para litígios e demandas judiciais	-3.596	-15.350
Aluguéis, condomínio e fundo de promoção a pagar	-6.127	-4.162
Outras obrigações	-32.662	-10.633
Juros pagos	-6.113	-17.440
Caixa gerado pelas atividades operacionais	4.301	-42.399
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO		
Aquisição de imobilizado	-4.153	-2.045
Aquisição de ativo intangível	-5.035	-2.712
Títulos e valores mobiliários	-16.587	432
Caixa líquido aplicado nas atividades de investimento	-25.775	-4.325
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO		
Captação de empréstimos e financiamentos	83.404	-
Amortização de empréstimos e financiamentos	-57.070	-39.193
Amortização do passivo de arrendamento	-42.505	-46.801
Gastos com emissões de ações	281	-
Caixa líquido aplicado nas atividades de financiamento	-15.890	-85.994
Aumento (redução) líquido no caixa e equivalentes de caixa	-37.364	-132.718
Caixa e equivalentes de caixa em 1º de janeiro	47.990	141.954
Caixa e equivalentes de caixa em 31 de março	10.626	9.236

marisa

Muito mais do que uma das maiores redes de moda feminina do Brasil, somos uma Empresa em transformação, com o objetivo claro de realizar sonhos e fortalecer conquistas. Nosso compromisso é com a mulher brasileira, que é a protagonista da nossa história, e com sua família. Oferecemos moda acessível, atual e com significado. Desde 1948, quando Bernardo Goldfarb começou essa trajetória, continuamos evoluindo com ousadia, simplicidade e atitude de dona. Hoje, reafirmamos nossa missão: ser próxima e íntima da mulher, oferecendo acesso à moda a ela e 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 uma variedade que atende melhor aos seus desejos, em uma apresentação visual mais acolhedora e em soluções que vão além da moda, como produtos financeiros que aumentam o acesso ao crédito e iniciativas voltadas ao bem-estar e à saúde. Com um portfólio que atende também ao público masculino e infantil, queremos ser a primeira opção de acesso à moda para a mulher brasileira e sua família.

Investimos continuamente em tecnologia e inovação por meio de ferramentas que tornam a experiência de compra mais rápida, integrada e conveniente. Nossos valores, Mulher no

Centro, Acolhimento, Integração, Respeito, Simplicidade e Atitude de Dona, sustentam cada decisão, cada coleção e cada interação. Estamos construindo, com consistência e paixão, uma marca que representa, acolhe e empodera. Uma marca que entende que a moda é uma ferramenta de expressão, autoestima e conquista



marisa

Relações com Investidores

Edson Salles Abuchaim Garcia

Diretor-Presidente e de Relações
com Investidores

Adilvo Alves de Souza Jr

Diretor Executivo Financeiro

www.ri.marisa.com.br

dri@marisa.com.br



Marisa nas redes sociais

