

marisa



RESULTADOS

1T25



15 de maio de 2025 - A Marisa Lojas S.A. (B3: AMAR3), uma das maiores varejistas de moda para a mulher brasileira e a sua família, que tem como propósito vestir sonhos e fortalecer conquistas, divulga seus resultados consolidados do primeiro 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.

DESTAQUES DO 1T25 X 1T24



CRESCIMENTO DE **19,2%** EM VENDAS DE LOJAS COMPARÁVEIS (SSS)



AVANÇO EM **5,3 P.P.** NA MARGEM BRUTA ATINGINDO **51,1%** NO 1T25



MELHORA DE **10,9 P.P.** NAS DESPESAS SG&A



CRESCIMENTO DE **391,9%** NO EBITDA (PÓS-IFRS)



LUCRO LÍQUIDO DE **R\$ 2,4 MILHÕES**



DÍVIDA LÍQUIDA/EBITDA 12M DE **0,5x**



CRESCIMENTO DE **13,3%** NA BASE TOTAL DE CLIENTES COM QUEDA DE **58,4%** NO CHURN



ATINGIMOS A MARCA DE **1 MILHÃO** DE CLIENTES NA BASE ATIVA DO NOVO CARTÃO MARISA, **92,4%** MAIS QUE O MESMO PERÍODO DO ANO ANTERIOR



CRESCIMENTO DE **91,2%** NA RECEITA DO SETOR INFANTIL

VIDEOCONFERÊNCIA RESULTADOS 1T25

16 DE MAIO ÀS 14 HS (BRT)

[ACESSE AQUI](#)

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

É com satisfação que divulgamos os resultados do primeiro trimestre de 2025 (1T25), que reforçam a consistência das ações transformadoras que a Marisa vem realizando desde o ano passado. Mesmo considerando que historicamente o primeiro trimestre é o mais desafiador para o varejo – especialmente em comparação ao último trimestre do ano, que é beneficiado pelas fortes vendas das datas festivas, progredimos bem em nossos indicadores econômico-financeiros comparados ao primeiro trimestre de 2024 (1T24), continuando a trajetória de crescimento e de geração de resultados positivos.

Nossa Receita Líquida alcançou R\$ 297,9 milhões, crescimento de 17,7% em relação ao 1T24, favorecido pela assertividade dos nossos produtos e do planejamento e abastecimento em nossas lojas. Esse desempenho comprova que nossa estratégia de reposicionamento comercial com o fortalecimento do portfólio de produtos nos segmentos infantil, masculino e acessórios estão no caminho certo. Em bases comparáveis (mesmas lojas - SSS), crescemos 19,2% em vendas, também resultado dos investimentos realizados na revisão dos layouts e na estratégia de comunicação e exposição, trazendo uma melhor experiência e solução para nossas clientes.

A eficiência operacional também beneficiou nossos indicadores de rentabilidade: o Lucro Bruto cresceu 31,4%, e a margem bruta avançou 5,3 p.p. (pontos percentuais) frente ao 1T24, resultante de melhores negociações comerciais com nossos fornecedores e uma melhor gestão



dos descontos e promoções no período das liquidações.

Destaca-se também a consolidação de uma cultura de disciplina permanente na gestão das despesas. Mesmo com o acréscimo da Receita Líquida em 17,7%, reduzimos em 3,8% o grupo de Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas (SG&A), o que representa uma melhora significativa de 10,9 p.p. (pontos percentuais) na razão SG&A/Receita Líquida. O conjunto dessas iniciativas nos levou a um EBITDA de R\$ 86,4 milhões no trimestre, revertendo o resultado negativo do 1T24 (- R\$ 29,6 milhões), com margem EBITDA de 29,0%. Esses dados comprovam a força da nossa estratégia comercial com eficiência e avanços sustentáveis em todas as frentes operacionais.

No 1T25, celebramos novamente um marco importante: a entrega de resultados positivos que culminou em Lucro Líquido de R\$ 2,4 milhões. Esse desempenho representa para nós muito mais do que números positivos – ele simboliza a consolidação de uma transformação profunda, disciplinada e bem-sucedida que nos leva a uma jornada consistente de geração de valor, após prejuízo de R\$ 148,3 milhões no mesmo período do ano anterior.

Iniciamos, também nesse ano, mudanças importantes na área de Planejamento e Abastecimento, avançando em tecnologia, com objetivo de termos uma maior eficiência e modernização da gestão de estoques da Companhia. Como parte dessa iniciativa, contratamos profissionais com ampla experiência na área e um profundo conhecimento de ferramentas especializadas. Entre os destaques desse novo ciclo, está a implementação de um novo software de planejamento e gestão comercial, que foi projetado para atender às nossas necessidades específicas, oferecendo uma



plataforma com módulos integrados que abrangem diversas áreas. O go live ocorreu em abril, e, com sua operacionalização, progrediremos em uma melhor governança, padronização e gestão das mais de 850 subcategorias de produtos trabalhadas atualmente. Além disso, a partir do terceiro trimestre, entraremos em operação com um novo modelo de abastecimento automatizado para as lojas, que utilizará dados e comportamentos específicos de cada subcategoria e região. Essa solução atuará de forma complementar ao módulo de planejamento, ampliando a automação e agregando mais inteligência em todo o processo. Todas essas iniciativas têm por objetivo obter estoques mais saudáveis, diminuir nossos níveis de ruptura, melhorando nosso giro e reduzindo nossas remarcações, o que resultará em maior rentabilidade para a Companhia.

Na área de Operações de Lojas, seguimos comprometidos em proporcionar uma ótima experiência de compras não somente de vestuários e acessórios, mas também de produtos e serviços financeiros. Capacitamos as equipes de atendimento com treinamentos focados no relacionamento com as consumidoras e preparamos o terreno para implementar, já no segundo trimestre, uma nova estrutura de consultores especializados, com a missão de elevar ainda mais a nossa receita através da ampliação do crédito via cartão Marisa e produtos securitários.

No pilar de segurança, iniciamos um plano de modernização dos equipamentos de vigilância, incluindo atualização de câmeras e salas de monitoramento, além de intensificar o treinamento das equipes de fiscalização, com foco na prevenção de perdas. Por fim, pensando no conforto das nossas clientes, estamos desenvolvendo um projeto de modernização dos sistemas de climatização das lojas.



A proposta será implementada de forma gradual, considerando o perfil, porte e potencial de vendas de cada unidade.

Tivemos, também, importantes avanços na frente de Sustentabilidade, reforçando nosso compromisso com o tema. Neste trimestre, traçamos nosso planejamento estratégico, para responder às novas legislações da CVM em relação aos aspectos ASG. Conduzimos o processo de construção e definição da Matriz de Materialidade, alinhando os temas materiais à nossa estratégia corporativa, e aderimos aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável da ONU. Ainda este ano, reportaremos o nosso primeiro Relatório de Sustentabilidade seguindo os modelos GRI e SASB, refletindo um esforço coordenado de transparência com nossos stakeholders para enfrentar as mudanças climáticas, reduzir a poluição e promover um futuro mais equilibrado para o planeta.

Outra conquista importante foi o avanço na economia circular. Implementamos um projeto de logística reversa com caixas de papelão e plásticos, onde os resíduos serão reciclados e o valor obtido retornará para as lojas, gerando valor compartilhado e engajamento interno, além da redução dos impactos ambientais.

Estamos muito confiantes de que 2025 será um ano de grande evolução para a Marisa. Os frutos do trabalho desafiador e estruturado, realizado em 2024, já começam a se materializar.

Mantemos como prioridade e compromisso a consistência na geração de valor para a Marisa e nossos acionistas. Agradecemos a confiança e parceria de todos.

Edson García

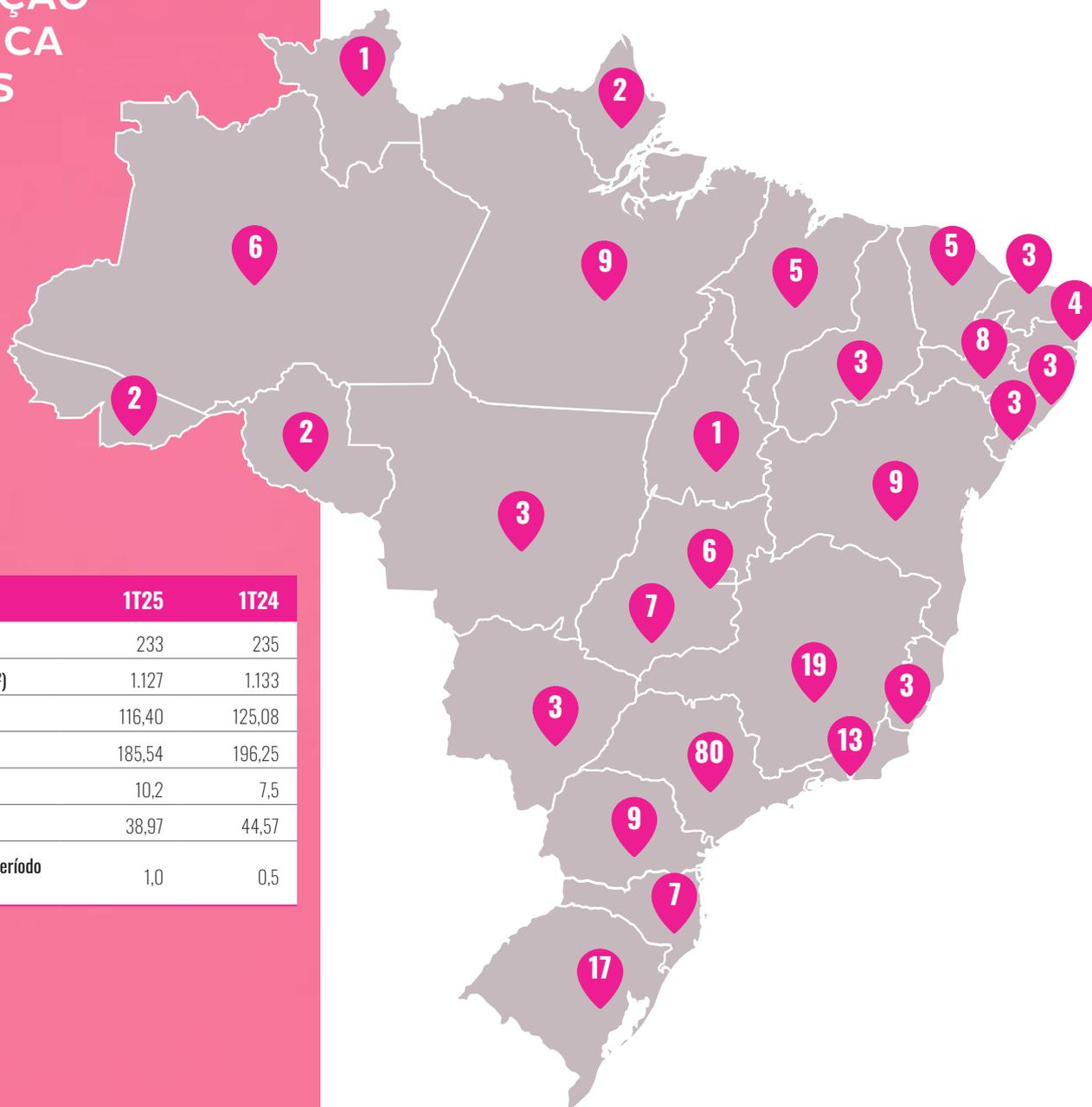
Diretor-Presidente e DRI



INFORMAÇÕES OPERACIONAIS

DISTRIBUIÇÃO GEOGRÁFICA DAS LOJAS

(31/03/2025)



Informações Operacionais	1T25	1T24
Quantidade de lojas	233	235
Área Média de Vendas por Loja (m²)	1.127	1.133
Ticket Médio (RS)	116,40	125,08
Ticket Médio Cartão Marisa (RS)	185,54	196,25
Peças comercializadas (milhões)	10,2	7,5
Preço médio por peça (RS)	38,97	44,57
Cartões Marisa ativos ao final do período (milhões)	1,0	0,5

DESEMPENHO ECONÔMICO-FINANCEIRO CONSOLIDADO

RESULTADOS CONSOLIDADOS

R\$ mil	1T25	1T24	△
RECEITA LÍQUIDA	297.902	253.057	17,7%
Custos das mercadorias vendidas e prestação de serviços	-145.690	-137.185	6,2%
LUCRO BRUTO	152.212	115.872	31,4%
Margem bruta	51,1%	45,8%	5,3 p.p.
Despesas com vendas	-104.108	-102.661	1,4%
Despesas gerais e administrativas	-40.996	-48.109	-14,8%
Despesas com vendas, gerais e administrativas s/Receita líquida	48,7%	59,6%	-10,9 p.p.
Despesas com depreciação e amortização	-45.179	-43.418	4,1%
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	79.289	5.396	n.s
RESULTADO OPERACIONAL	41.218	-72.920	n.a
Despesas financeiras	-113.379	-55.715	103,5%
Receitas financeiras	74.570	15.882	369,5%
RESULTADO ANTES DO IR E CSSL	2.409	-112.753	n.a
IR E CSSL	-45	-1.536	-97,1%
RESULTADO LÍQUIDO DAS OPERAÇÕES CONTINUADAS	2.364	-114.289	n.a
Resultado líquido da operação descontinuada - M Pagamentos	-	-34.021	n.a
RESULTADO LÍQUIDO DO PERÍODO	2.364	-148.310	n.a
Margem líquida	0,8%	n.a	n.a
EBITDA - R\$ milhões	86,4	-29,6	391,9%
Margem EBITDA	29,0%	na	

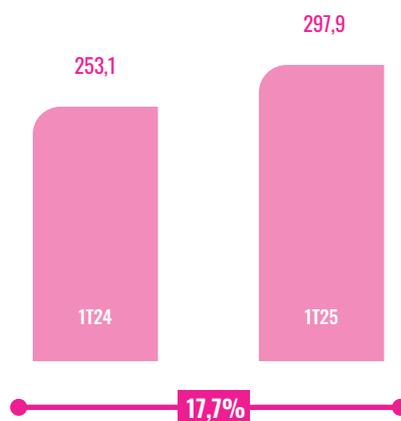
RECEITA LÍQUIDA

No 1T25, a Marisa entregou sólido desempenho comercial, com ampliação de 35,8% no volume de peças vendidas e Receita Líquida de R\$ 297,9 milhões – avanço de 17,7% em relação ao 1T24. Esse resultado decorre da nossa estratégia de reposicionamento do público-alvo e de preços, que, embora tenha reduzido o ticket médio, ampliou nosso volume de vendas.

As vendas em bases comparáveis (mesmas lojas) cresceram 19,2% no período, refletindo a atratividade do mix de produtos, melhora na experiência de compra e ampliação de crédito. Destacou-se, no resultado do trimestre, a expansão das linhas infantil e masculina, que têm desempenhado papel fundamental em nosso propósito: tornar a Marisa um destino completo de compras para toda a família. Um exemplo relevante foi o reposicionamento do setor infantil, onde introduzimos produtos mais alinhados às expectativas das clientes incluindo variedade e preço, além de uma melhor exposição, posicionando-os nas entradas das lojas, o que contribuiu para o aumento da sua participação nas vendas, em 5,2 p.p. (pontos percentuais) em relação ao 1T24. Para melhorar a experiência de compras, desde o ano passado, investimos na renovação visual das lojas, criando ambientes mais modernos, agradáveis e funcionais com foco em oferecer às nossas clientes soluções versáteis para ela e toda a sua família, fortalecendo a conexão emocional e promovendo maior fidelização.

RECEITA LÍQUIDA

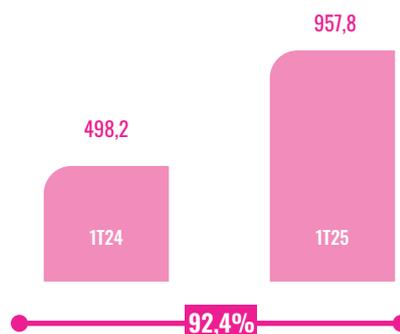
(R\$ milhões)



Outro destaque que favoreceu o incremento da Receita Líquida neste trimestre foi a expansão da base ativa de cartões Marisa, com crescimento de 92,4% frente ao 1T24, atingindo a marca de quase 1 milhão de cartões. As vendas realizadas com o cartão representaram 22,9% das transações no 1T25, versus 16,1% no mesmo período do ano anterior, reforçando seu papel estratégico como facilitador de compras através da ampliação do crédito. Esse conjunto de ações transformadoras evidencia o progresso da Marisa em direção a um modelo de varejo mais competitivo, eficiente e centrado na cliente – pilares que estão sustentando a nossa trajetória de recuperação e progresso.

BASE ATIVA DO CARTÃO MARISA

(# milhões de unidades)



A retomada da confiança das nossas clientes também tem sido um fator fundamental para a geração de receita. Por meio de ações dirigidas e conectadas com o perfil da nossa marca, conseguimos aumentar o fluxo das lojas, tanto de consumidoras novas, como o retorno das antigas. Como resultado, tivemos o aumento de 13,3% na base ativa quando comparado ao mesmo período do ano passado. Também evoluímos na manutenção e retenção das nossas clientes, reduzindo o churn em 58,4% (clientes sem compras há mais de 12 meses). Estes indicadores refletem o sucesso da nossa estratégia, ao voltar o foco à mulher brasileira de classe C, a qual é a protagonista da nossa marca.

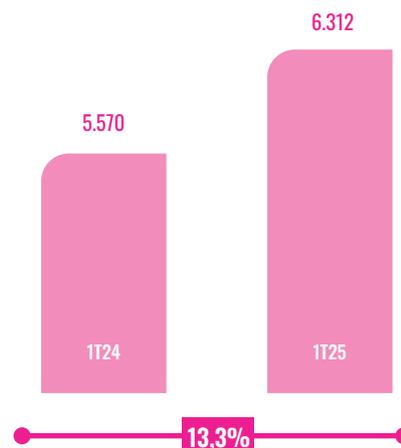
LUCRO E MARGEM BRUTA

No 1T25, registramos Lucro Bruto de R\$ 152,2 milhões, representando variação expressiva de 31,4% em relação ao 1T24. A margem bruta subiu 5,3 p.p. (pontos percentuais), reflexo da combinação entre o crescimento da Receita Líquida e controle do custo de mercadorias vendidas. A gestão de custos decorre das renegociações com fornecedores, que resultaram em condições comerciais mais vantajosas, e da ampliação da base de suprimentos com novos parceiros. Essas iniciativas têm permitido a recomposição dos estoques a valores menores, além de uma melhor gestão dos descontos e promoções durante o período de liquidações.

Outros fatores que contribuíram positivamente para nossa rentabilidade bruta foram o aumento do volume de vendas da linha infantil, que possui margens mais elevadas, e as iniciativas voltadas à melhoria da eficiência operacional e logística.

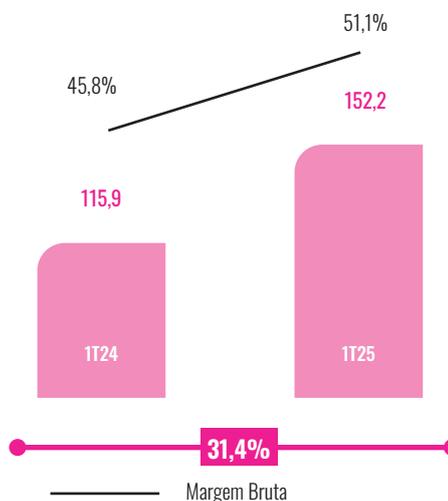
BASE ATIVA DE CLIENTES MARISA

(# milhões de clientes)



LUCRO BRUTO

(R\$ milhões)



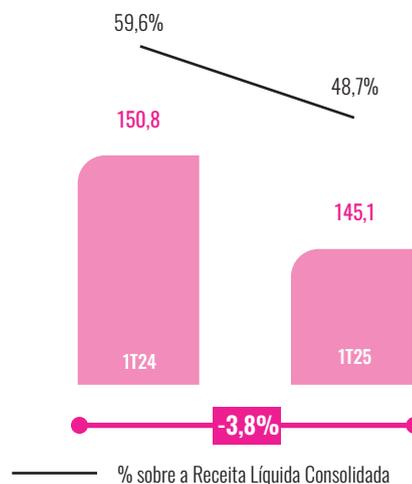
DESPESAS COM VENDAS, GERAIS E ADMINISTRATIVAS - SG&A

No 1T25, conseguimos uma maior eficiência nas despesas sem comprometer a qualidade da operação. As economias que obtivemos com as principais Despesas Operacionais comprovam a efetividade do processo de transformação que conduzimos ao longo de 2024. Mesmo avançando na Receita Líquida em 17,7%, reduzimos em 3,8% as Despesas SG&A em relação ao 1T24, evolução clara em direção a uma estrutura mais enxuta, ágil e produtiva. O destaque deste grupo foi a redução de 14,8% das Despesas Gerais e Administrativas, reflexo direto das ações de racionalização implementadas, como o redimensionamento de times, simplificação de processos e maior controle sobre contratos e serviços. A produtividade das Despesas Operacionais é um dos pilares fundamentais para garantir a rentabilidade dos negócios. Como resultado desse conjunto de iniciativas, a participação

OUTRAS RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS

No 1T25, o saldo da conta Outras Receitas (Despesas) Operacionais foi positivo em R\$ 79,3 milhões, montante superior aos R\$ 5,4 milhões registrados no 1T24. Essa variação

DESPESAS SG&A (R\$ MILHÕES)



das Despesas SG&A sobre a Receita Líquida caiu de 59,6%, no 1T24 para 48,7%, uma queda de 10,9 p.p. (pontos percentuais) na razão SG&A/Receita Líquida no 1T25.

é explicada pela contabilização de receitas operacionais não recorrentes, originadas da recuperação de créditos tributários.

EBITDA – PÓS-IFRS16

Os avanços nas principais linhas de resultados se traduziram diretamente em uma performance saudável de EBITDA no 1T25.

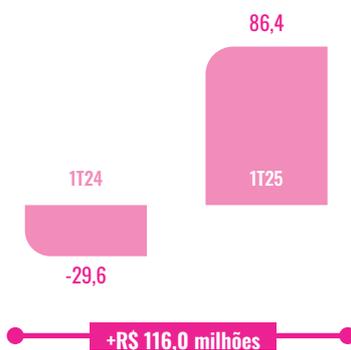
R\$ milhões	1T25	1T24	Δ
Resultado líquido do período	2,4	-148,3	101,6%
IR e CSSL	0,0	1,5	n.a
Resultado financeiro líquido	38,8	39,8	-2,5%
Depreciação e amortização	45,2	43,4	4,1%
Resultado líquido da operação descontinuada - M Pagamentos	-	34,0	n.a
EBITDA	86,4	-29,6	391,9%
Margem EBITDA	29,0%	n.a	n.a

No 1T25, apuramos EBITDA de R\$ 86,4 milhões, com margem de 29,0%. Trata-se de uma mudança significativa, representada por um aumento de R\$ 116,0 milhões em relação ao mesmo período do ano anterior.

Esse resultado reforça que estamos colhendo os frutos de ações transformadoras estruturadas, com foco em produtividade, racionalização de custos e reposicionamento comercial.

EBITDA

(R\$ milhões)



RESULTADO FINANCEIRO

R\$ milhões	1T25	1T24	△
Despesas Financeiras	-113,4	-55,7	103,6%
AVP - ajuste a valor presente	-32,5	-26,0	25,0%
Juros e variação monetária passiva	-51,5	-3,2	n.s
Juros IFRS16	-20,4	-21,0	-2,9%
Despesas bancárias	-8,7	-5,1	70,6%
Outras despesas financeiras	-0,3	-0,4	-25,0%
Receitas Financeiras	74,6	15,9	369,2%
Juros ativos e atualização monetária	74,6	15,6	378,2%
Outras	-	0,3	n.a
Resultado Financeiro	-38,8	-39,8	-2,5%

No 1T25, o Resultado Financeiro foi negativo em R\$ 38,8 milhões. A variação das Despesas Financeiras foi maior na conta de juros e variação monetária passiva, decorrente do parcelamento de pagamento de ICMS.

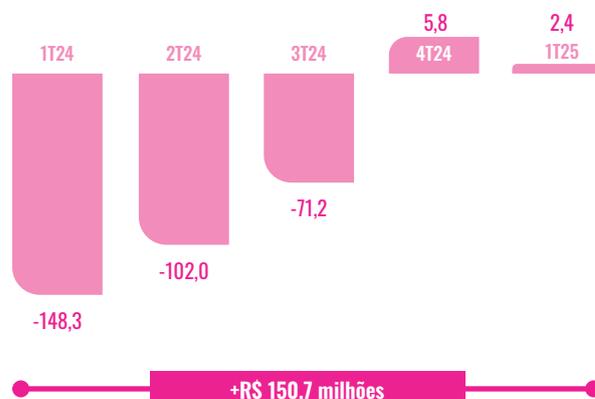
As Receitas Financeiras cresceram no período, em razão dos juros e atualização monetária originados da recuperação de créditos tributários não-recorrentes.

LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO

Entregamos incremento de dois dígitos na Receita Líquida, expansão da Margem Bruta, ganhos concretos de produtividade, com redução das Despesas SG&A, que combinados proporcionaram melhoria expressiva no EBITDA. Como consequência, continuamos a trajetória de geração de Lucro Líquido retomada no último trimestre de 2024. Contabilizamos Lucro Líquido de R\$ 2,4 milhões no 1T25, R\$ 150,7 milhões a mais na comparação com o 1T24. Esse resultado demonstra que nosso modelo de negócios está no caminho certo, com atuação eficaz no varejo de moda.

LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO

(R\$ MILHÕES)



DÍVIDA LÍQUIDA

R\$ milhões	31/03/2025	31/12/2024
(+) Empréstimos, financiamentos e debêntures	120,6	123,2
(-) Caixa e títulos e valores mobiliários	10,3	93,5
(=) Dívida Líquida	110,3	29,7
Dívida líquida/EBITDA dos últimos 12 meses	0,5x	0,2x

Nos primeiros três meses de 2025, a dívida líquida da Companhia variou R\$ 80,6 milhões, refletindo a redução do caixa neste período. Esse movimento está alinhado ao perfil sazonal do setor, já que o primeiro trimestre é historicamente o de menor geração de caixa, em comparação com o último trimestre do ano. Também financiamos a operação, neste início de 2025, com recursos próprios,

diferentemente do 1T24. Essa decisão alinha-se à nossa estratégia financeira, que se baseia na confiança da sustentabilidade do nosso modelo operacional, que, como reportado, apresentou avanços relevantes. Ao final de março de 2025, o índice Dívida Líquida/EBITDA dos últimos 12 meses situou-se em 0,5x, posicionando a Marisa em um patamar confortável de alavancagem.

CAPEX

R\$ milhões	1T25	1T24	△
Ampliação e reformas	1,6	0,4	300,0%
T.I.	2,8	2,6	7,7%
Total Capex	4,4	3,0	46,7%

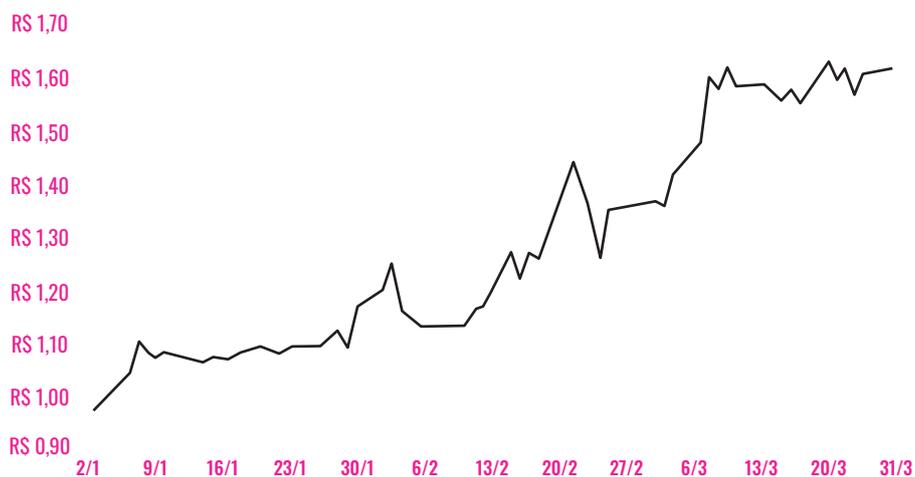
Investimos R\$ 4,4 milhões em Capex no primeiro trimestre de 2025, acréscimo de 46,7% em relação ao 1T24. Priorizamos gastos na ampliação e reformas das lojas e em tecnologia da informação – T.I. As reformas são parte essencial do nosso objetivo de criar um ambiente de compras mais moderno,

acolhedor e funcional. Em T.I., estamos investindo em infraestrutura para suportar a operação das lojas, otimizando processos e buscando as melhores soluções em hardware e software para garantir maior eficiência ao negócio.

DESEMPENHO DAS AÇÕES

No primeiro trimestre deste ano, as ações da Companhia apresentaram valorização de 66,0%, cotadas em 31 de março de 2025 a R\$ 1,62. Esse desempenho reflete a confiança do mercado e dos acionistas na estratégia adotada e na condução das iniciativas em curso.

PREÇO DA AÇÃO NO 1T25



BALANÇO PATRIMONIAL CONSOLIDADO

ATIVO - R\$ mil	31/03/2025	31/12/2024
CIRCULANTE		
Caixa e equivalentes de caixa	9.236	92.052
Contas a receber de clientes	25.910	29.793
Estoques	373.248	260.101
Partes relacionadas	71	-
Tributos a recuperar	121.426	95.445
Outros créditos	40.673	24.631
Ativos de operação descontinuada	-	74.480
TOTAL DO ATIVO CIRCULANTE	570.564	576.502
NÃO CIRCULANTE		
Imposto de renda e contribuição social diferidos	60.726	60.765
Tributos a recuperar	822.197	675.941
Depósitos judiciais	41.114	39.467
Títulos e valores mobiliários	1.020	1.452
Outros créditos	9.684	10.133
Imobilizado	54.818	56.770
Intangível	35.533	37.435
Ativos de direito de uso	448.382	445.793
TOTAL DO ATIVO NÃO CIRCULANTE	1.473.474	1.327.756
TOTAL DO ATIVO	2.044.038	1.904.258

PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	31/03/2025	31/12/2024
CIRCULANTE		
Empréstimos, financiamentos e debêntures	120.615	118.826
Fornecedores	367.133	311.298
Fornecedores convênio	47.630	-
Arrendamento a pagar	106.703	107.506
Salários, provisões e contribuições sociais	47.931	46.353
Tributos a recolher e parcelamentos	187.576	165.979
Imposto de renda e contribuição social a pagar	27	14
Partes relacionadas	40	490
Aluguéis, condomínios e fundo de promoção a pagar	15.570	19.732
Receitas diferidas	6.263	6.263
Outras obrigações	44.454	43.001
Passivos de operação descontinuada	-	65.418
TOTAL DO PASSIVO CIRCULANTE	943.942	884.880
NÃO CIRCULANTE		
Empréstimos, financiamentos e debêntures	-	4.342
Arrendamento a pagar	417.115	408.461
Provisão para litígios e demandas judiciais	153.096	129.979
Receitas diferidas	115.030	115.746
Tributos a recolher e parcelamentos	126.649	75.323
Outras obrigações	918	919
TOTAL DO PASSIVO NÃO CIRCULANTE	812.808	734.770
PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
Capital social	2.312.074	2.312.074
Lucros (prejuízos) acumulados	-2.030.459	-2.032.823
Reserva de opções de ações	6.915	6.599
Ações em tesouraria	-1.242	-1.242
TOTAL DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO	287.288	284.608
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	2.044.038	1.904.258

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO CONSOLIDADO

R\$ mil	1T25	1T24	△
RECEITA LÍQUIDA	297.902	253.057	17,7%
Custos das mercadorias vendidas e prestação de serviços	-145.690	-137.185	6,2%
LUCRO BRUTO	152.212	115.872	31,4%
Margem bruta	51,1%	45,8%	5.3 p.p.
Despesas com vendas	-104.108	-102.661	1,4%
Despesas gerais e administrativas	-40.996	-48.109	-14,8%
Despesas com vendas, gerais e administrativas s/Receita líquida	48,7%	59,6%	-10,9 p.p.
Despesas com depreciação e amortização	-45.179	-43.418	4,1%
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	79.289	5.396	n.s
RESULTADO OPERACIONAL	41.218	-72.920	n.a
Despesas financeiras	-113.379	-55.715	103,5%
Receitas financeiras	74.570	15.882	369,5%
RESULTADO ANTES DO IR E CSSL	2.409	-112.753	n.a
IR E CSSL	-45	-1.536	-97,1%
RESULTADO LÍQUIDO DAS OPERAÇÕES CONTINUADAS	2.364	-114.289	n.a
Resultado líquido da operação descontinuada - M Pagamentos	-	-34.021	n.a
RESULTADO LÍQUIDO DO PERÍODO	2.364	-148.310	n.a

FLUXO DE CAIXA CONSOLIDADO

R\$ mil	1T25	1T24
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS		
Resultado líquido do período	2.364	-148.310
Ajustes para reconciliar resultado líquido com o caixa gerado pelas operações		
Depreciação e amortização	13.439	11.616
Depreciação do ativo de direito de uso	31.740	33.053
Custo residual do ativo imobilizado e intangível baixado	-4.829	4.332
Provisão para perdas dos estoques e AVP	-37.475	3.777
Juros provisionados sobre passivo de arrendamento	20.444	20.505
Custo residual de contratos de arrendamento encerrados	-120	-
Plano de opção de compra de ações	316	3.706
Encargos financeiros e variação cambial sobre saldos de empréstimos, financiamentos, debêntures e mútuos	5.859	23.064
Novos impostos a recuperar	-137.470	-
Imposto de renda e contribuição social diferidos	39	1.535
Provisão para litígios e demandas judiciais	36.025	1.396
(Aumento) Redução nos ativos operacionais:		
Contas a receber de clientes	4.043	182.969
Estoques	-75.672	-56.959
Tributos a recuperar	-16.726	26.190
Partes relacionadas	41	2.471
Depósitos judiciais	-746	-4.178
Outros créditos	-10.230	-18.972

R\$ mil	1T25	1T24
Aumento (Redução) nos passivos operacionais (cont.):		
Fornecedores	55.835	11.948
Outras obrigações - risco sacado	47.630	-
Tributos a recolher e parcelamentos	70.267	-20.395
Receita diferida	-716	49.402
Salários, provisões e encargos sociais	1.578	-6.267
Partes relacionadas (passivo)	-450	-25.490
Provisão para litígios e demandas judiciais	-15.350	-1.810
Aluguéis, condomínio e fundo de promoção a pagar	-4.162	-13.350
Outras obrigações	-10.633	-98.277
Juros pagos	-17.440	-17.212
Caixa gerado pelas atividades operacionais	-42.399	-35.256
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO		
Aquisição de imobilizado	-2.045	-7.914
Aquisição de ativo intangível	-2.712	-198
Títulos e valores mobiliários	432	816
Caixa líquido aplicado nas atividades de investimento	-4.325	-7.296
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO		
Captação de empréstimos e financiamentos	-	240.002
Amortização de empréstimos e financiamentos	-39.193	-51.929
Amortização do passivo de arrendamento	-46.801	-45.588
Caixa líquido aplicado nas atividades de financiamento	-85.994	142.485
AUMENTO (REDUÇÃO) LÍQUIDO NO CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA	-132.718	99.933
Caixa e equivalentes de caixa em 1º de janeiro	141.954	195.505
Caixa e equivalentes de caixa em 31 de março	9.236	295.438

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 da classe C – protagonista da nossa história – e com 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 acesso a 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 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 de classe C 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 construindo, 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.



marisa

Relações com Investidores

Edson Salles Abuchaim Garcia

CEO e Diretor de Relações com Investidores

Adilvo Alves de Souza Jr

CFO

Victor Ferreira Caruzzo

Analista de RI

www.ri.marisa.com.br

dri@marisa.com.br

Marisa nas redes sociais

