

RESULTADOS 2T25

Edson Garcia – CEO e DRI

Adilvo Souza – CFO



Estamos crescendo há 3 trimestres



Receita
Mesmas Lojas
R\$394 Milhões



Margem
Bruta
54,2%



Lucro
Bruto
+ 35,1%



SG&A
- 10,3 p.p



Ebitda
R\$111 Milhões
+ R\$114M



Lucro Líquido
R\$2,1 Milhões
+ R\$104M

PILARES QUE GUIAM O NOSSO FUTURO

marisa

Sortimento
Assertivo

Cadeia de
Fornecimento

Mulher no
Centro

Loja com
Alma

Gestão e
Governança

Cultura e Pessoas



SORTIMENTO ASSERTIVO



NOVO SISTEMA DE PLANEJAMENTO E ABASTECIMENTO

Sortimento mais alinhado:

- comportamento da cliente
- sazonalidade
- tendências de consumo com

Inteligência de distribuição e reposição



ALAVANCA ESTRATÉGICA

Decisões mais precisas sobre sortimento, precificações e promoções



MAIOR GOVERNANÇA DE MARGENS E EFICIÊNCIA



Mulher no Centro



Nossa missão é ser
próxima e íntima da mulher
dando acesso a moda com
custo-benefício
para ela e sua família,
como e onde ela quiser.

marisa



A CLIENTE É PROTAGONISTA NA JORNADA

Evolução dos indicadores de
clientes vs 30/6/24



+18,6% de clientes ativas



+31,2% de clientes recorrentes



-13,5% no *churn*



+79,5% de novas clientes

LOJAS COM ALMA

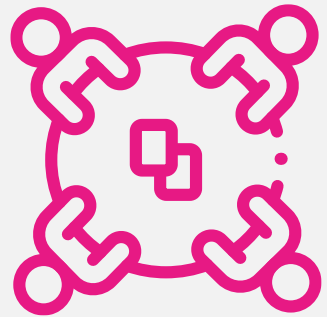
ATENDIMENTO HUMANIZADO E JORNADA MAIS FLUIDA



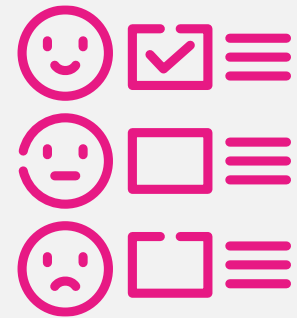
Avanço na Experiência, padronização das rotinas operacionais foco na humanização do atendimento.
Omnicanal “Clique & Retire”

marisa

Cultura, Pessoas e ESG



Programas e encontros que estreitam conexões entre colaboradores e liderança, promovendo alinhamento estratégico e escuta ativa.



Novo ciclo de avaliação de desempenho e

Revisão do modelo de atendimento em lojas



Avanços em práticas ESG

- Logística reversa em SP: + de 6 toneladas de materiais reciclados
- Grupos de afinidade com governança estruturada para:
- Mulheres
- LGBTQIAPN+
- Racial
- Pessoas com Deficiência
- 50+

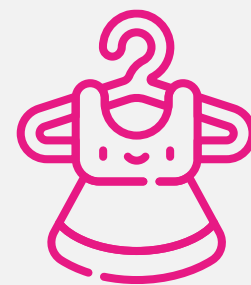


CAMPANHAS



“MARISAR” É SINÔNIMO DE TRANSFORMAÇÃO, BELEZA E AUTOESTIMA

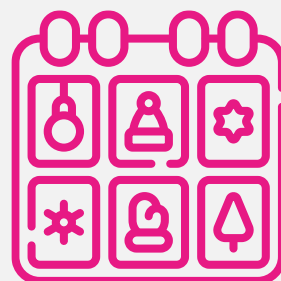
Campanhas que geram identificação e resultado



Infantil: parceria com a Disney e uso do slogan “Vestiu, Brincou, Marisou” aumentou as vendas e rejuvenesceu a marca



Dia das Mães: jingle de “Mulher para Mulher”, celebridades e pulseira brinde fizeram as vendas crescerem 34,5% vs. 2024

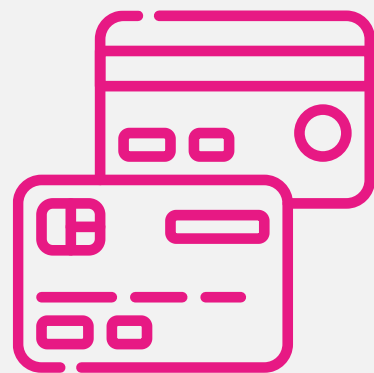


Namorados, Inverno e São João: impulsionaram categorias estratégicas como jeans e lingerie



CARTÃO MARISA

CLIENTE 2X MAIS FIEL

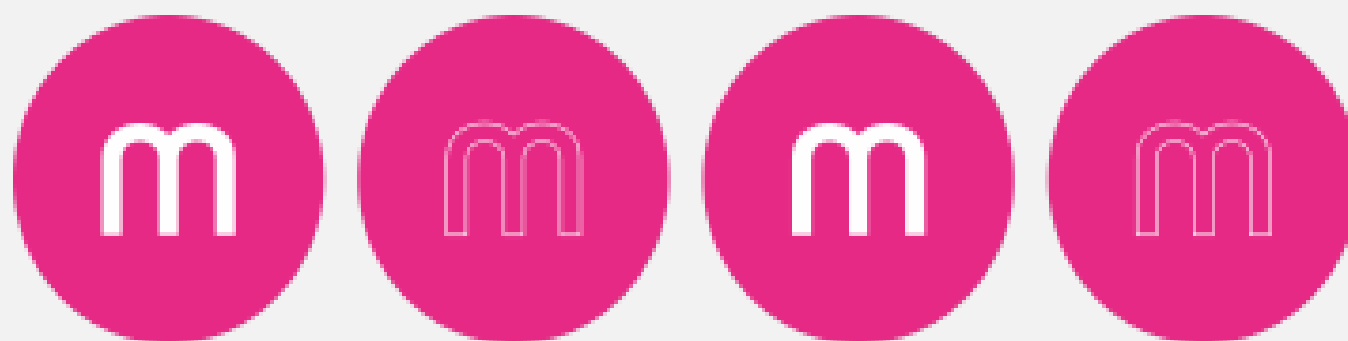


- Programa de relacionamento, prospecção e fidelização;
- Representaram 27,3% das vendas do trimestre;
- Base ativa ultrapassou 1 milhão de cartões.

+70% em 12 meses

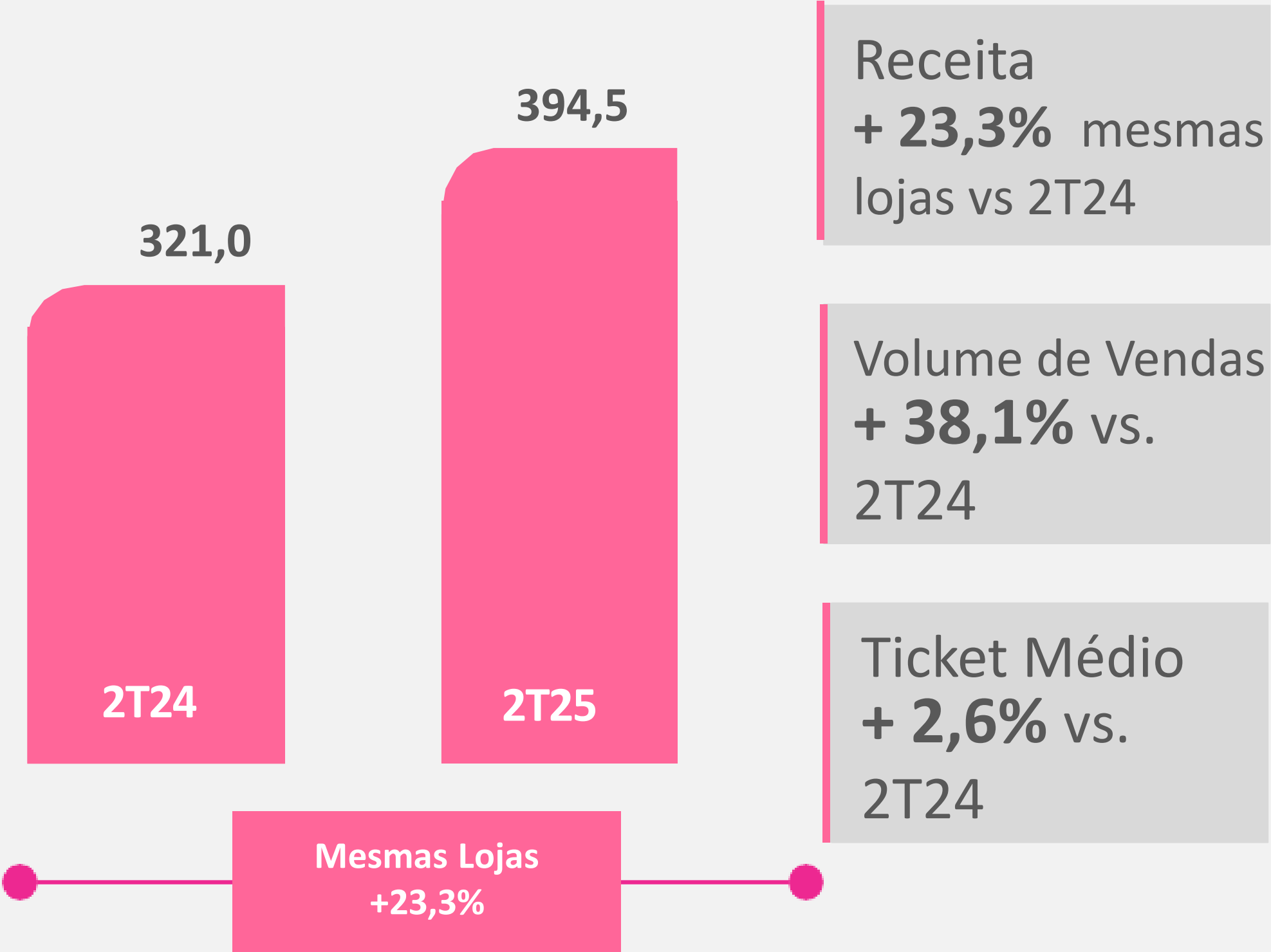


DESTAQUES FINANCEIROS



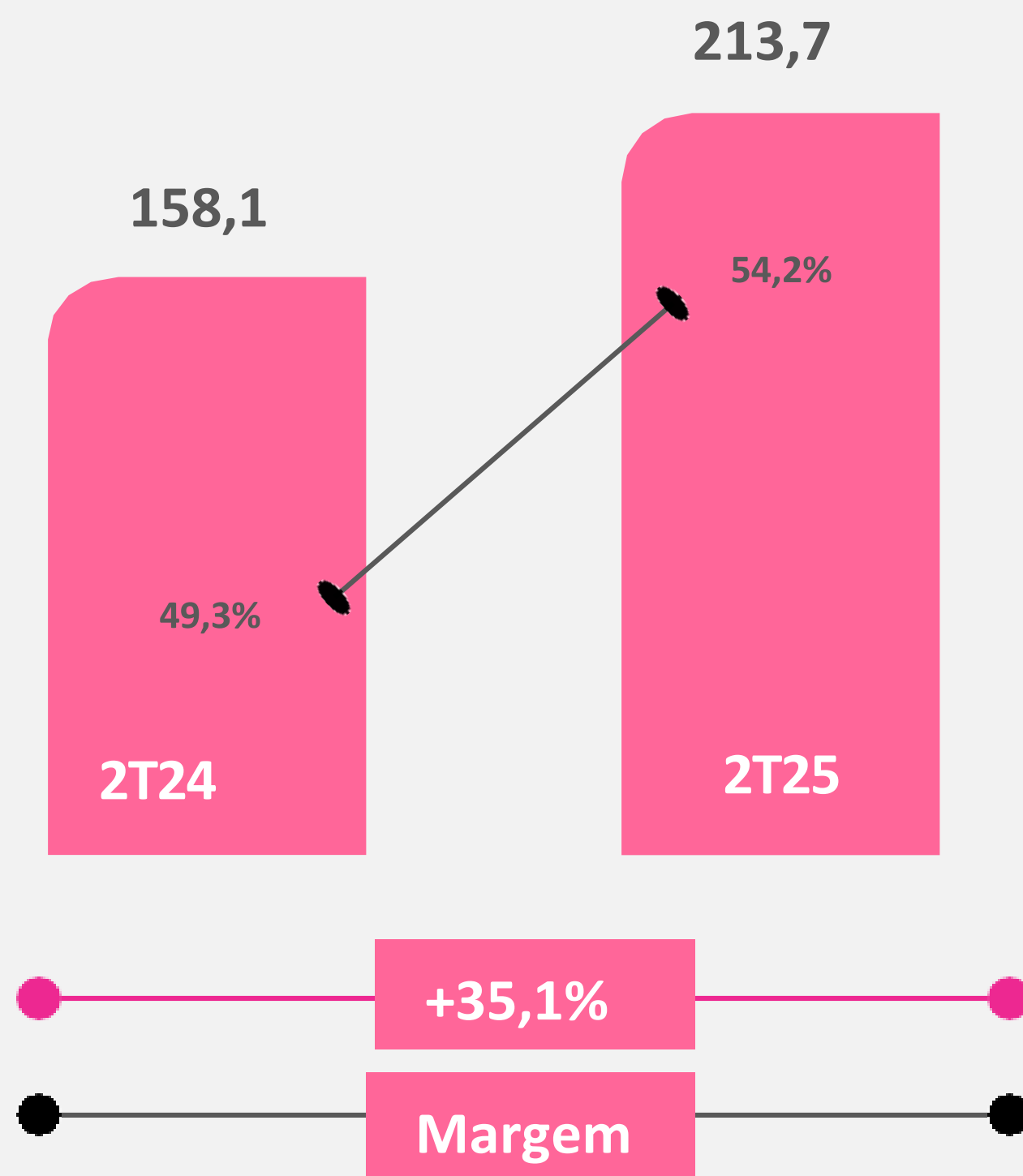
RECEITA LÍQUIDA

R\$ MILHÕES



LUCRO BRUTO

R\$ MILHÕES



Lucro bruto:
+ 35,1% vs. 2T24

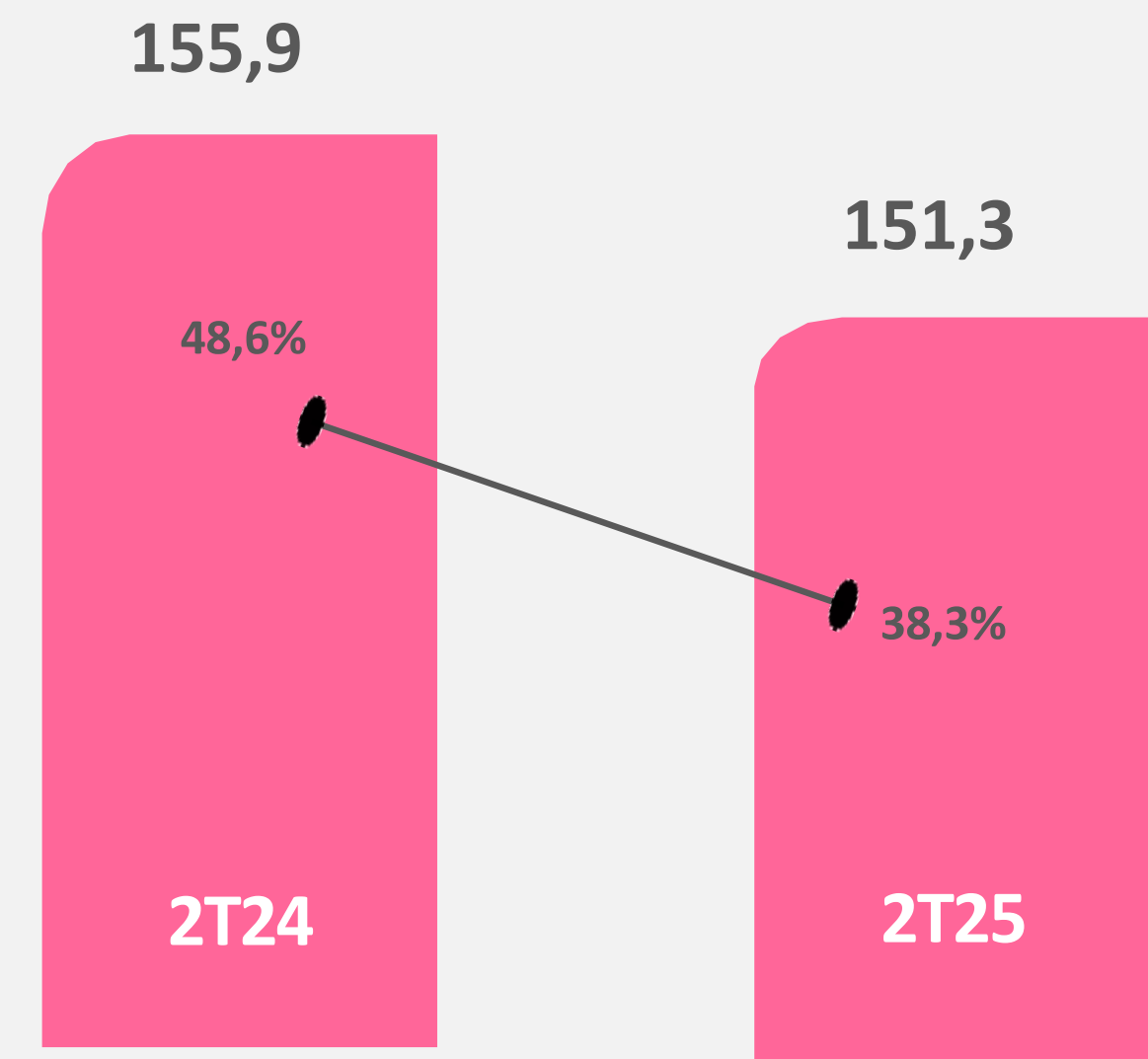
Margem:
+ 4,9 p.p vs. 2T24

Mix:
Aumento das
vendas da linha
infantil



DESPESAS SG&A

R\$ MILHÕES

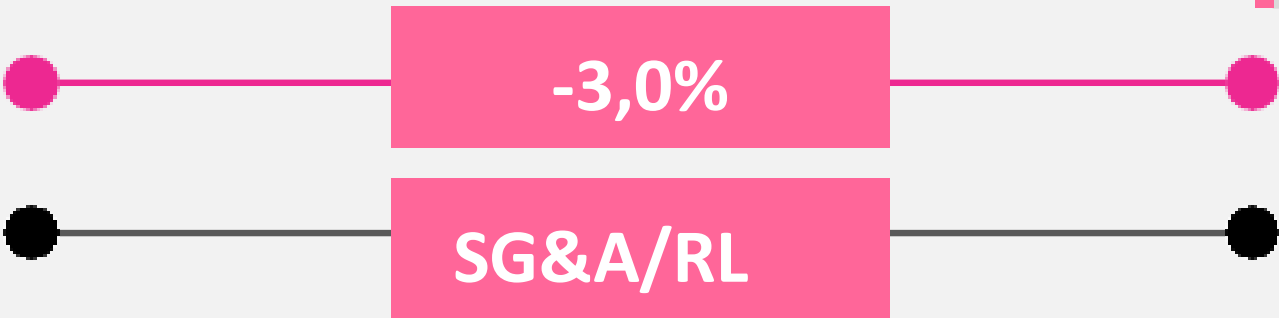


Alavancagem Operacional

SG&A/RL =
-10,3 p.p vs. 2T24

Gestão

Controle de gastos,
otimização das
equipes e
redução de lojas



EBITDA

R\$ MILHÕES

111,2

28,2%

2T25

-0,9%

2T24

-2,9

+ R\$ 114,1 M

Margem

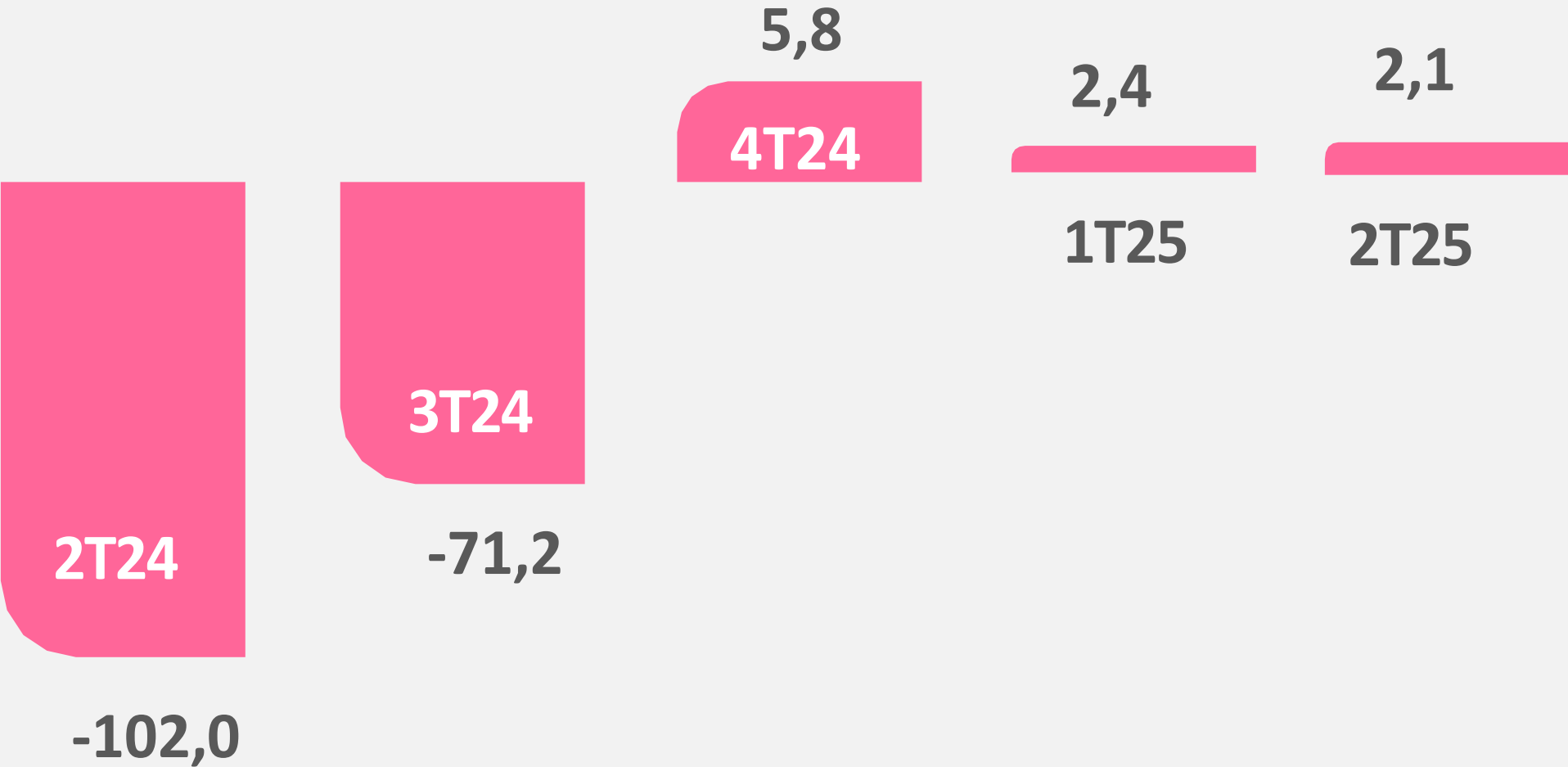
EBITDA 2T25
R\$ 111,2
milhões, + R\$
114,1 milhões vs
2T24

Margem EBITDA
28,2% no 2T25,
expansão de 29,1
p.p vs 2T24



LUCRO LÍQUIDO

R\$ MILHÕES



Reversão

Lucro de **R\$ 2,1 milhões** no 2T25 vs prejuízo de R\$ 102,0 milhões no 2T24

Crescimento

Avanço de **R\$ 104,1 milhões** em relação ao 2T24

DÍVIDA LÍQUIDA

R\$ MILHÕES

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



Patamar alinhado ao setor varejista



RELAÇÕES COM INVESTIDORES

Edson Salles Abuchaim Garcia
Diretor-Presidente e de Relações com Investidores

Adilvo Alves de Souza Jr
Diretor Executivo de Finanças

www.ri.marisa.com.br
dri@marisa.com.br



marisa