

marisa

RELEASE DE
RESULTADOS

3T25

[B]³

IGC

AMAR3

**Videoconferência
de Resultados**

17 de novembro de 2025
14H00 (Brasil)

Acesse o webcast [aqui](#).

Marisa reverte prejuízo e alcança EBITDA recorde de R\$ 101,9 milhões no trimestre (+190,6% x 3T24) com expansão de 20,6 p.p. na margem.



Receita líquida trimestral de R\$ 332,7 milhões, com forte avanço de 46,3% nas vendas mesmas lojas da linha infantil. R\$ 1,0 bilhão de receita nos 9M25, crescimento de 12,5% em mesmas lojas.



Lucro bruto +4,7% no trimestre, com ganho expressivo de 4,7 p.p. de margem que passou de 46,5% no 3T24, para 51,2% no 3T25. Em nove meses, lucro bruto +22,8% e margem +5,0 p.p.



Despesas gerais e administrativas -17,7% no trimestre e -12,6% nos 9M25, queda de 3,1 P.P. em relação à receita dos 9M24.



EBITDA recorde de R\$ 101,9 milhões, alta de 190,6%, com margem de 30,6%. Nos 9M25, EBITDA de R\$ 299,5 milhões, margem de 29,2%.



Lucro líquido de R\$ 5,8 milhões no trimestre e R\$ 10,3 milhões nos 9M25, revertendo prejuízo e demonstrando geração sustentável de valor.



Investimento de R\$ 16,0 milhões em Capex nos 9M25.



Nível seguro de alavancagem financeira: 0,6x o EBITDA dos últimos 12 meses.



Base de clientes ativas +12,0%, recorrentes +34,1% e novas clientes +11,7% em 30/9/25, reforçando o engajamento e a fidelização.



Crescimento de 11,5 p.p. no NPS YTD.



Mais de 1 milhão de cartões Marisa emitidos, crescimento de 30,5%, ampliando o ecossistema de relacionamento com as nossas clientes.

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

O desempenho do terceiro trimestre confirma que a Marisa vive um momento consistente de crescimento e valorização. Os resultados refletem a execução coerente e disciplinada dos nossos pilares estratégicos, que vêm transformando a Companhia, suas pessoas e sua marca – com foco na mulher e sua família, rentabilidade crescente e geração sustentável de valor.

Crescemos porque mantemos o olhar voltado para a mulher e o que a move. Nossa missão de estar próxima e ser parte da vida das mulheres brasileiras orienta todas as decisões – do sortimento à comunicação – garantindo acesso à moda a ela e a sua família com custo-benefício, conveniência e identificação em qualquer canal.

Crescemos porque nossas lojas se tornaram espaços vivos de conexão e experiência. Com layout mais fluido, integração das operações digitais como Clique & Retire e Ship from Store e ampliação dos produtos financeiros, oferecemos uma jornada mais completa, prática e encantadora.

Crescemos porque ampliamos nosso portfólio, com destaque para as linhas infantil e masculina, consolidando a Marisa como o destino de compras de toda a família.

E crescemos porque fortalecemos nossa marca. As novas campanhas de

marketing têm elevado a relevância e o impacto emocional da Marisa, traduzindo em cada mensagem o novo momento da Companhia.

Essas conquistas refletem uma Marisa mais forte, eficiente e comprometida em gerar valor sustentável para clientes, colaboradores, fornecedores e acionistas.



A receita líquida trimestral atingiu R\$ 332,7 milhões, com destaque para o avanço de 46,3% nas vendas em base mesmas lojas da linha infantil, cuja participação na receita subiu de 9,6% no 3T24 para 14,9% no 3T25. No acumulado de nove meses, a receita líquida alcançou R\$ 1,0 bilhão, crescimento de 12,5% em base mesmas lojas sobre os 9M24.

O lucro bruto aumentou 4,7% no trimestre, com ganho de 4,7 pontos percentuais na margem. Com estoques mais baixos no início do terceiro trimestre, conduzimos a liquidação de inverno com descontos mais controlados, preservando a rentabilidade. Em nove meses, o lucro bruto cresceu 22,8% e a margem subiu 5,0 pontos percentuais.

As despesas gerais e administrativas caíram 17,7% no trimestre e 12,6% no acumulado nos 9M25, resultado da eficiência operacional e racionalização de custos.

O EBITDA trimestral atingiu R\$ 101,9 milhões, crescimento de 190,6%, com margem de 30,6%. No acumulado nos 9M25, somou R\$ 299,5 milhões, com margem de 29,2%.

O lucro líquido foi de R\$ 5,8 milhões no trimestre e R\$ 10,3 milhões em nove meses, revertendo prejuízos anteriores e comprovando geração consistente de valor.

A base de clientes ativas cresceu 12,0% e as recorrentes, 34,1% (aquelas que realizaram mais de cinco compras nos últimos 12 meses) na comparação com 30/09/2024. A emissão de cartões Marisa subiu 30,5%, superando 1,0 milhão de unidades em 30/09/2025.



MULHER NO CENTRO

Escutar e compreender profundamente nossas clientes têm fortalecido a relevância da marca e a conexão emocional. Em nossos 77 anos, celebramos a mulher contemporânea com campanhas que uniram tradição e modernidade, gerando alto engajamento e visitação nas lojas. As ações de jeans e lingerie ampliaram o alcance e a importância comercial da marca. A integração do CRM com a plataforma Salesforce consolidou uma visão única da cliente, permitindo comunicações personalizadas e mais eficazes. Essa transformação contribuiu para o aumento de 34,1% nas consumidoras recorrentes – aquelas que realizaram mais de cinco compras nos últimos 12 meses – e para o fortalecimento da fidelização. A nova Comissão de Cliente, grupo multidisciplinar focado na análise dos indicadores de experiência (NPS) e na definição de planos de ação, contribuiu para evoluirmos na experiência das clientes.



LOJA COM ALMA

A experiência da cliente evoluiu. O NPS cresceu 11,5 pontos percentuais no ano e a detração caiu 8,0 pontos percentuais, refletindo o sucesso das ações de atendimento. O relançamento do programa “Nosso Jeito Marisa de Atender” e o projeto “Estrela do Atendimento” – com agentes em 30 lojas-piloto – ampliaram a qualidade e consistência da experiência em loja.

No digital, aprimoramos a rentabilidade omnichannel com precificação dinâmica e maior eficiência nas modalidades Ship from Store e Clique & Retire. Retomamos ainda a oferta de empréstimo pessoal nas lojas, em parceria com a Credsystem, reforçando a Marisa como ponto completo de relacionamento com a cliente.



CULTURA E PESSOAS

Fortalecemos a gestão de desempenho, estabelecendo metas corporativas e individuais e lançando o novo ciclo de avaliação 360°, com planos de desenvolvimento alinhados às competências estratégicas. A UniMarisa foi reformulada, com plataforma digital e treinamentos voltados ao desenvolvimento técnico e comportamental, aumentando a eficiência e o engajamento. Seguimos comprometidos com a diversidade e a integridade: realizamos a Semana de Compliance em Ação, atualizamos a Cartilha de Diversidade e promovemos palestras com nossos Grupos de Afinidade (Mulheres, LGBTQIAPN+, Racial, PcD e 50+).

Na frente ESG, avançamos na implementação das normas IFRS S1 e S2, finalizamos o Inventário de Gases de Efeito Estufa (Escopo 3) e

avançamos na finalização do primeiro Relatório de Sustentabilidade, alinhado aos padrões GRI e SASB. O projeto de logística reversa reciclou mais de 95 toneladas de materiais, com expansão prevista até 2026.

Em parceria com o Instituto PROA, seguimos apoiando a formação de jovens para o mercado de trabalho, reafirmando nosso papel social e compromisso com um crescimento inclusivo.

Agradecemos a todos os colaboradores, fornecedores, acionistas e parceiros pela confiança e dedicação que nos permitem avançar com consistência em nossa jornada de transformação e crescimento sustentável.

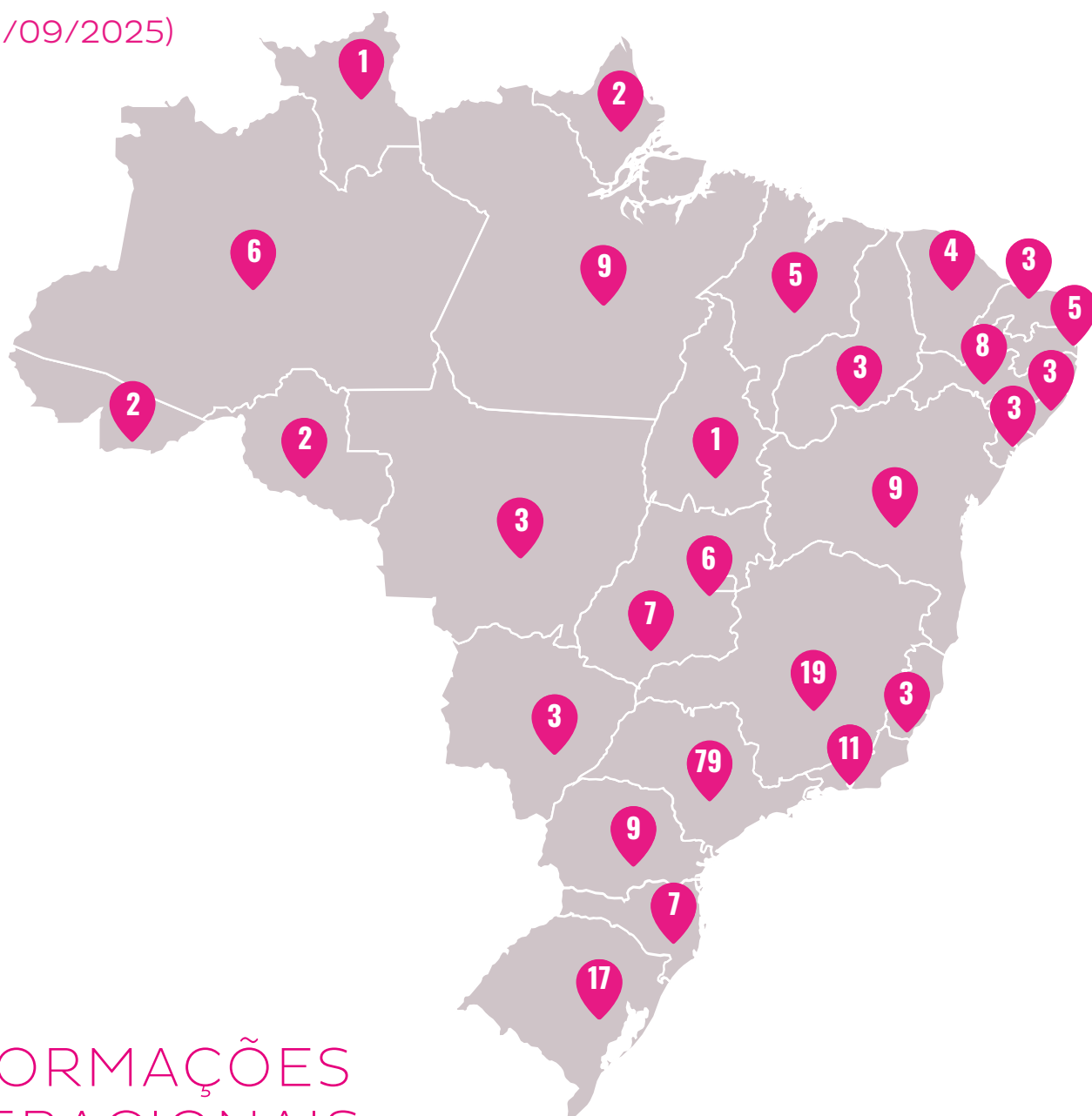
EDSON GARCIA

Diretor-Presidente e DRI



DISTRIBUIÇÃO GEOGRÁFICA

230 LOJAS
EM (30/09/2025)



INFORMAÇÕES OPERACIONAIS

	3T25	3T24
Quantidade de lojas	230	235
Área Média de Vendas por Loja (m²)	1.803	1.799
Ticket Médio (R\$)	120,90	121,05
Ticket Médio Cartão Marisa (R\$)	185,52	203,80
Peças comercializadas (milhões)	11,3	10,4
Cartões Marisa ativos em 30/09 (unidades)	1.027.876	787.580

DESEMPENHO ECONÔMICO-FINANCEIRO CONSOLIDADO

R\$ mil	3T25	3T24	Variação 3T	9M25	9M24	Variação 9M
RECEITA LÍQUIDA	332.752	349.768	-4,9%	1.025.135	923.809	11,0%
Custos das mercadorias vendidas e prestação de serviços	-162.273	-187.004	-13,2%	-488.728	-487.024	0,3%
LUCRO BRUTO	170.479	162.764	4,7%	536.407	436.785	22,8%
Margem bruta	51,2%	46,5%	4,7 pp	52,3%	47,3%	5,0 pp
Despesas com vendas	-105.304	-103.993	1,3%	-319.377	-318.872	0,2%
Despesas gerais e administrativas	-34.785	-42.250	-17,7%	-117.095	-134.011	-12,6%
Despesas com vendas, gerais e administrativas s/ Receita líquida	42,1%	41,8%	0,3 pp	42,6%	49,0%	-6,4 pp
Despesas com depreciação e amortização	-39.514	-40.973	-3,6%	-127.549	-126.174	1,1%
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	71.540	18.558	285,5%	199.580	18.727	965,7%
RESULTADO OPERACIONAL	62.416	-5.894	1159,0%	171.966	-123.545	239,2%
Despesas financeiras	-99.748	-78.062	27,8%	-297.636	-195.612	52,2%
Receitas financeiras	49.842	18.077	175,7%	141.502	53.999	162,0%
RESULTADO ANTES DO IR E CSSL	12.510	-65.879	119,0%	15.832	-265.158	106,0%
IR e CSSL	-6.671	-525	-1170,7%	-5.523	-14.956	63,1%
Resultado líquido da operação descontinuada	0	-4.819	na	0	-41.451	na
RESULTADO LÍQUIDO DO PERÍODO	5.839	-71.223	108,2%	10.309	-321.565	103,2%
Margem líquida	1,8%	-20,4%	22,2 pp	1,0%	-34,8%	35,8 pp
EBITDA	101.930	35.079	190,6%	299.515	2.629	ns
Margem EBITDA	30,6%	10,0%	20,6 pp	29,2%	0,3%	28,9 pp

RECEITA LÍQUIDA

R\$ 332,7

milhões no 3T25

+ 8,6%

no volume
de peças
vendidas no 3T25

+ 46,3%

nas vendas mesmas
lojas da categoria
infantil no 3T25

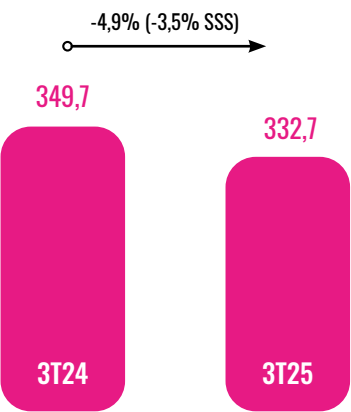


RECEITA LÍQUIDA

Somou R\$ 332,7 milhões no trimestre, 95,1% do valor acumulado no 3T24. O resultado refletiu o forte desempenho das vendas de produtos de inverno no 2T25, que reduziu o volume de estoques disponíveis para o 3T25 - mesmo com a continuidade do frio. Assim, embora as vendas tenham sido menores no 3T25, obtivemos ganho de margem bruta graças à eficaz gestão das promoções do período. Houve o aumento de 8,6% no volume de peças vendidas ante

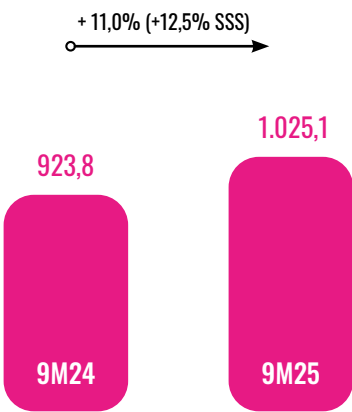
o 3T24, impulsionado pela ampliação das categorias de produtos, por coleções mais assertivas e campanhas de marketing voltadas ao fortalecimento da conexão emocional com a marca. O destaque foi o crescimento de 46,3% na receita em base mesmas lojas da categoria infantil e de 5,6% da masculina. No acumulado de nove meses, a receita líquida apresentou crescimento de 11,0% (+12,5% SSS) em relação aos 9M24, atingindo R\$ 1,0 bilhão.

RECEITA LÍQUIDA (R\$ milhões)

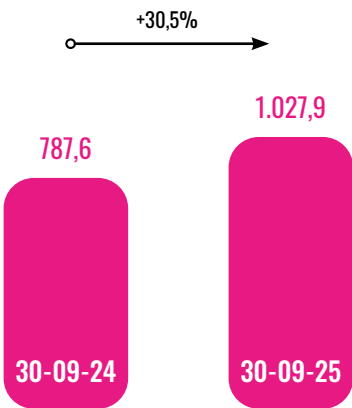


Ao abordar o pilar “Loja com Alma”, destacamos a importância de fortalecer o vínculo com as clientes, buscando atender de forma mais ampla seus desejos e preferências. Essa estratégia tem contribuído para a ampliação da base ativa de cartões Marisa. Ao final de setembro, havia mais de um milhão de cartões em uso, o que indica crescimento de 30,5% em relação ao mesmo período de 2024.

RECEITA LÍQUIDA (R\$ milhões)



CARTÕES MARISA ATIVOS (mil unidades)

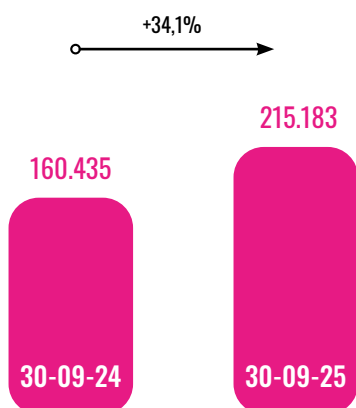


As compras realizadas por meio do cartão Marisa responderam por 27,4% das vendas do trimestre, evidenciando que o fortalecimento do relacionamento com o público impulsiona a fidelidade à marca.

Foram realizados investimentos estratégicos para atrair novas consumidoras, o que resultou em aumento de 11,7% desse público em

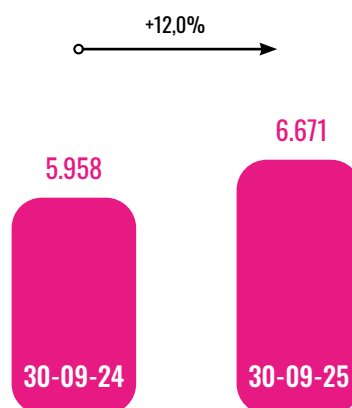
comparação com setembro de 2024. Além disso, o número de clientes recorrentes – aquelas que realizaram mais de cinco compras nos últimos 12 meses – cresceu 34,1%, refletindo o fortalecimento do relacionamento com a marca. No total, a base de clientes ativos ao final de setembro apresentou expansão de 12,0% em relação ao mesmo período do ano anterior.

CLIENTES RECORRENTES > 5



CLIENTES ATIVAS

mil clientes



LUCRO BRUTO

R\$ 170,5 milhões
+4,7%
em relação ao 3T24

MARGEM BRUTA

de 46,5% para 51,2% no 3T25
+4,7 P.P. vs. 3T24

Eficiência na gestão da margem

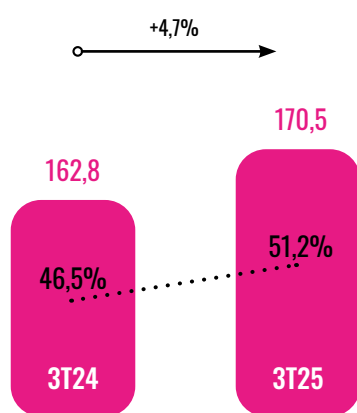


LUCRO E MARGEM BRUTA

O lucro bruto totalizou R\$ 170,5 milhões no trimestre, avanço de 4,7% em relação ao 3T24, elevando a margem bruta em 4,7 pontos percentuais, que passou de 46,5% para 51,2% no 3T25. O bom desempenho das vendas obtido no segundo trimestre reduziu o volume de produtos de inverno remanescentes para a liquidação sazonal. Com estoques mais baixos no início do terceiro trimestre, a Companhia pôde conduzir

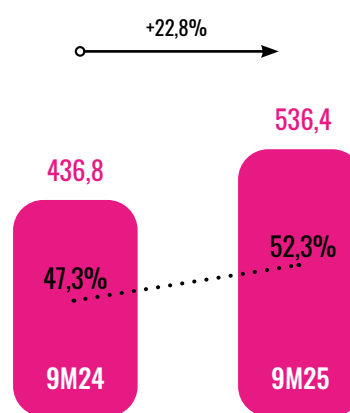
a liquidação de inverno com descontos mais controlados, preservando a rentabilidade. O avanço também foi sustentado pela continuidade das negociações favoráveis com nossos parceiros, que contribuíram para a redução do custo das mercadorias vendidas. No acumulado até setembro, o lucro bruto somou R\$ 536,4 milhões, crescimento de 22,8% em relação aos nove primeiros meses de 2024.

LUCRO BRUTO (R\$ milhões)



..... Margem Bruta

LUCRO BRUTO (R\$ milhões)



..... Margem Bruta



DESPESAS VG&A

R\$ 140,1 milhões
-4,2%
em relação ao 3T24

Eficácia das medidas
de contenção de
gastos

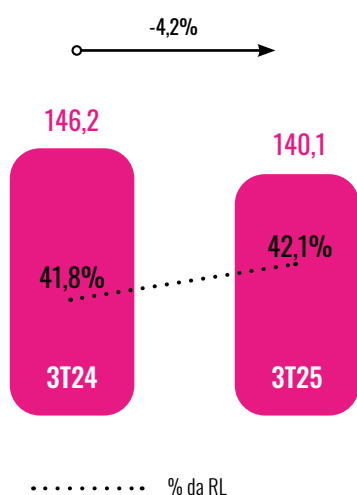


DESPESAS COM VENDAS, GERAIS E ADMINISTRATIVAS – VG&A

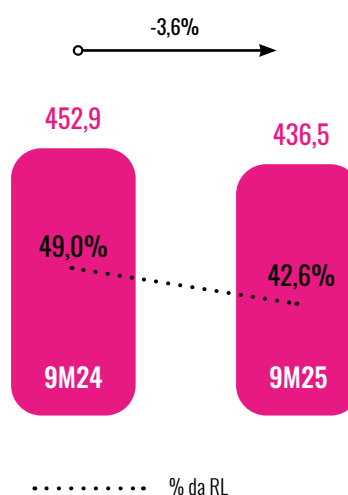
As despesas com vendas, gerais e administrativas apresentaram redução de 4,2% em relação ao 3T24. Esse resultado reflete o empenho contínuo em otimizar a estrutura organizacional, com foco em maior eficiência e agilidade. A alavancagem operacional manteve-se estável em 42,1% da receita líquida, evidenciando a efetividade das medidas de controle de gastos implementadas.

Destaca-se a redução de 17,7% nas despesas gerais e administrativas do trimestre, resultado de iniciativas como o redimensionamento de equipes, a simplificação de processos e a revisão de contratos e serviços. Em nove meses as despesas VG&A foram 3,6% menores que o acumulado no mesmo período de 2024.

DESPESAS VG&A
(R\$ milhões)



DESPESAS VG&A
(R\$ milhões)



OUTRAS RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS

A linha de outras receitas e despesas operacionais apresentou saldo positivo de R\$ 71,5 milhões no 3T25, montante superior aos R\$ 18,6 milhões registrados no mesmo trimestre do ano anterior. Essa variação foi influenciada, principalmente, pela

recuperação de créditos tributários de natureza não recorrente e pela reversão de processo tributário relacionado a IR/CS. Nos 9M25, o saldo positivo dessa conta soma R\$ 199,6 milhões.

EBITDA

R\$ 101,9 milhões

+190,6% em relação ao 3T24

MARGEM EBITDA

de 10,0% para 30,6% no 3T25

+20,6 P.P.

vs. 3T24

Acréscimo do
lucro bruto,
redução das
despesas e
contribuição
de outras
receitas
operacionais



EBITDA – PÓS-IFRS16

R\$ mil	3T25	3T24	Variação 3T	9M25	9M24	Variação 9M
Resultado líquido do período	5.839	-71.223	108,2%	10.309	-321.565	103,2%
IR e CSSL	6.671	525	-1170,7%	5.523	14.956	63,1%
Resultado financeiro líquido	49.906	59.985	-16,8%	156.134	141.613	10,3%
Depreciação e amortização	39.514	40.973	-3,6%	127.549	126.174	1,1%
Resultado Líquido da Operação Descontinuada	0	4.819	na	0	41.451	na
EBITDA	101.930	35.079	190,6%	299.515	2.629	ns
Margem EBITDA	30,6%	10,0%	20,6 pp	29,2%	0,3%	28,9 pp

O EBITDA totalizou R\$ 101,9 milhões no trimestre, com margem de 30,6%, refletindo a melhora do lucro bruto e a redução das despesas. A contribuição de outras receitas operacionais também beneficiou o indicador. Em comparação ao 3T24, o EBITDA apresentou crescimento de

190,6%, enquanto a margem avançou 20,6 pontos percentuais, passando de 10,0% para 30,6% no 3T25. No acumulado até setembro, o EBITDA alcançou R\$ 299,5 milhões, revertendo o resultado negativo do mesmo período de 2024 e superando em R\$ 296,9 milhões o valor apurado no ano anterior.

RESULTADO FINANCEIRO

R\$ mil	3T25	3T24	Variação 3T	9M25	9M24	Variação 9M
Despesas Financeiras	-99.748	-78.062	27,8%	-297.636	-195.612	52,2%
Receitas Financeiras	49.842	18.077	175,7%	141.502	53.999	162,0%
Resultado Financeiro	-49.906	-59.985	-16,8%	-156.134	-141.613	10,3%

O resultado financeiro é a despesa de R\$ 49,9 milhões no trimestre. Em relação ao 3T24 houve aumento de 27,8% nas despesas financeiras, reflexo especialmente do

crescimento dos encargos de juros. Essa elevação está associada diretamente à alta da taxa Selic. As receitas financeira aumentaram devido à elevação da taxa Selic.

LUCRO LÍQUIDO

R\$ 5,8 milhões
+108,8%
em relação ao 3T24

MARGEM LÍQUIDA

+22,2 P.P.
vs. 3T24

Geração de
lucro
líquido
pelo quarto
trimestre
consecutivo

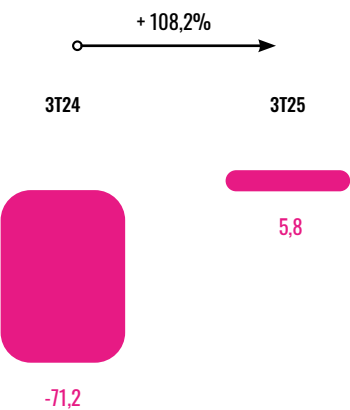


LUCRO LÍQUIDO

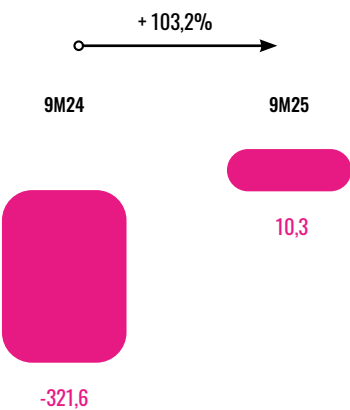
A Companhia registrou lucro líquido de R\$ 5,8 milhões no trimestre, revertendo o prejuízo apurado no 3T24. O avanço de 108,2% em relação ao mesmo período do ano anterior reflete a expansão da margem bruta, o rigor no controle das despesas e o aumento das demais receitas operacionais. O resultado do

3T25 representa o quarto período consecutivo com lucro líquido, consolidando a trajetória consistente de recuperação financeira. No acumulado até setembro, o lucro líquido atingiu R\$ 10,3 milhões, resultado R\$ 103,2% superior ao registrado nos nove primeiros meses de 2024.

RESULTADO LÍQUIDO (R\$ milhões)



RESULTADO LÍQUIDO (R\$ milhões)



DÍVIDA LÍQUIDA

R\$ mil	30/09/2025	31/12/2024	Variação
(+) Empréstimos, financiamentos e debêntures	346.343	123.168	181,2%
(-) Caixa e títulos e valores mobiliários	60.524	93.504	-35,3%
(=) Dívida Líquida	285.819	29.664	863,5%
Dívida líquida/EBITDA dos últimos 12 meses	0,6x	0,2x	

Nos primeiros nove meses de 2025, a dívida líquida da Marisa aumentou em R\$ 256,1 milhões. Esse crescimento resultou do aumento de 181,2% no endividamento combinado com a queda de 35,3% no saldo de caixa. A movimentação está alinhada à estratégia da Companhia de captar

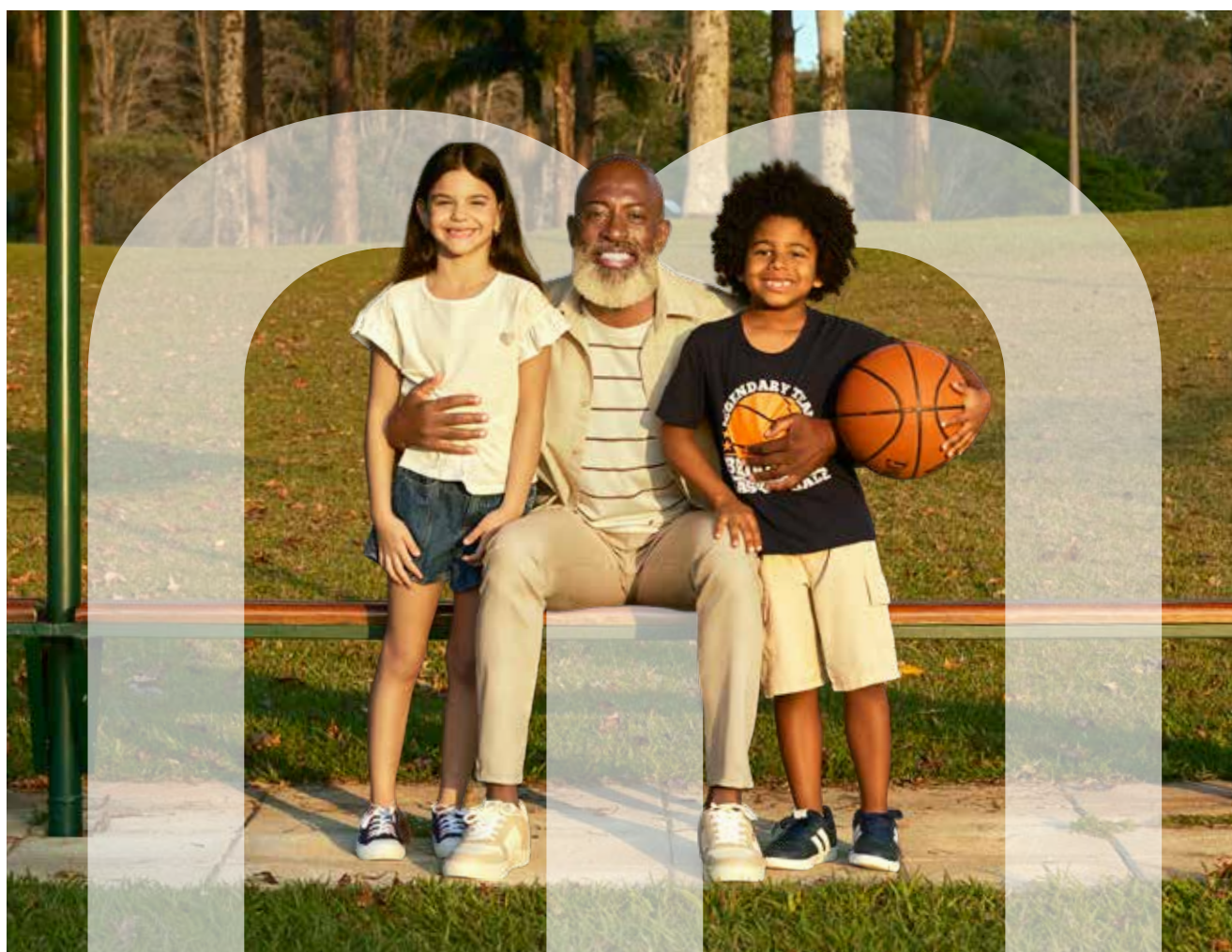
recursos com custos competitivos, garantindo a execução eficaz dos pilares de crescimento do negócio. Vale destacar que, ao final de setembro, a relação entre dívida líquida e EBITDA dos últimos 12 meses atingiu 0,6x, indicando um nível adequado e seguro de alavancagem financeira.

CAPEX

R\$ mil	3T25	3T24	Variação 3T	9M25	9M24	Variação 9M
TI	4.908	626	684,0%	9.429	1.834	414,1%
Operações	257	669	-61,6%	2.050	2.469	-17,0%
Obras de engenharia	1.192	565	111,0%	4.555	1.222	272,7%
Total Capex	6.357	1.860	241,8%	16.034	5.525	190,2%

Os investimentos em Capex totalizaram R\$ 6,3 milhões, o que representa crescimento de 241,8% em relação ao 3T24. A maior parte desses recursos foi direcionada à área de tecnologia da informação, reafirmando o compromisso da Marisa com a inovação e o aprimoramento contínuo. As obras de modernização dos pontos de venda permanecem como prioridade estratégica, com o objetivo de oferecer uma experiência de compra

mais agradável e funcional. Esses investimentos trazem benefícios evidentes para nossas clientes, proporcionando um ambiente mais confortável e prático, além de garantir um atendimento mais eficiente. No campo tecnológico, a atualização da infraestrutura e a otimização dos processos internos promovem maior qualidade operacional, permitindo respostas ágeis às demandas do mercado e fortalecendo a competitividade.



ANEXOS



BALANÇOS PATRIMONIAIS CONSOLIDADOS

ATIVO - R\$ mil	30/09/2025	31/12/2024
CIRCULANTE		
Caixa e equivalentes de caixa	52.179	92.052
Contas a receber de clientes	23.368	29.793
Estoques	324.336	260.101
Tributos a recuperar	193.475	95.445
Outros créditos	36.905	24.631
Ativos de Operação Descontinuada	0	74.480
TOTAL DO ATIVO CIRCULANTE	630.263	576.502
NÃO CIRCULANTE		
Imposto de renda e contribuição social diferidos	55.274	60.765
Tributos a recuperar	862.737	675.941
Depósitos judiciais	51.537	39.467
Títulos e valores mobiliários	8.345	1.452
Outros créditos	9.630	10.133
Imobilizado	50.906	56.770
Intangível	33.911	37.435
Ativo de direito de uso	427.934	445.793
TOTAL ATIVO NÃO CIRCULANTE	1.500.274	1.327.756
TOTAL DO ATIVO	2.130.537	1.904.258

PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO - R\$ mil	30/09/2025	31/12/2024
CIRCULANTE		
Empréstimos, financiamentos e debêntures	191.498	118.826
Fornecedores	333.184	311.298
Salários, provisões e contribuições sociais	56.227	46.353
Tributos a recolher e parcelamentos	147.723	165.979
Imposto de renda e contribuição social a pagar	36	14
Partes relacionadas	0	490
Aluguéis, condomínios e fundo de promoção a pagar	15.916	19.732
Receitas diferidas	5.387	6.263
Arrendamento a Pagar	98.767	107.506
Outras obrigações	46.297	43.001
Passivo de Operação Descontinuada	0	65.418
TOTAL DO PASSIVO CIRCULANTE	895.035	884.880
NÃO CIRCULANTE		
Empréstimos, financiamentos e debêntures	154.845	4.342
Arrendamento a Pagar	410.205	408.461
Provisão para litígios e demandas judiciais	130.445	129.979
Receitas diferidas	114.556	115.746
Tributos a recolher e parcelamentos	129.604	75.323
Outras obrigações	419	919
TOTAL DO PASSIVO NÃO CIRCULANTE	940.074	734.770
PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
Capital social	2.312.074	2.312.074
Lucros (prejuízos) acumulados	-2.022.514	-2.032.823
Reserva de opções de ações	7.960	6.599
Ações em tesouraria	-2.092	-1.242
TOTAL DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO	295.428	284.608
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	2.130.537	1.904.258

DEMONSTRAÇÕES DOS RESULTADOS CONSOLIDADOS

R\$ mil	3T25	3T24	Variação 3T	9M25	9M24	Variação 9M
RECEITA LÍQUIDA	332.752	349.768	-4,9%	1.025.135	923.809	11,0%
Custos das mercadorias vendidas e prestação de serviços	-162.273	-187.004	-13,2%	-488.728	-487.024	0,3%
LUCRO BRUTO	170.479	162.764	4,7%	536.407	436.785	22,8%
Margem bruta	51,2%	46,5%	4,7 pp	52,3%	47,3%	5,0 pp
Despesas com vendas	-105.304	-103.993	1,3%	-319.377	-318.872	0,2%
Despesas gerais e administrativas	-34.785	-42.250	-17,7%	-117.095	-134.011	-12,6%
Despesas com vendas, gerais e administrativas s/ Receita líquida	42,1%	41,8%	0,3 pp	42,6%	49,0%	-6,4 pp
Despesas com depreciação e amortização	-39.514	-40.973	-3,6%	-127.549	-126.174	1,1%
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	71.540	18.558	285,5%	199.580	18.727	965,7%
RESULTADO OPERACIONAL	62.416	-5.894	1159,0%	171.966	-123.545	239,2%
Despesas financeiras	-99.748	-78.062	27,8%	-297.636	-195.612	52,2%
Receitas financeiras	49.842	18.077	175,7%	141.502	53.999	162,0%
RESULTADO ANTES DO IR E CSSL	12.510	-65.879	119,0%	15.832	-265.158	106,0%
IR E CSSL	-6.671	-525	-1170,7%	-5.523	-14.956	63,1%
Resultado líquido da operação descontinuada	0	-4.819	na	0	-41.451	na
RESULTADO LÍQUIDO DO PERÍODO	5.839	-71.223	108,2%	10.309	-321.565	103,2%
Margem líquida	1,8%	-20,4%	22,2 pp	1,0%	-34,8%	35,8 pp
EBITDA	101.930	35.079	190,6%	299.515	2.629	ns
Margem EBITDA	30,6%	10,0%	20,6 pp	29,2%	0,3%	28,9 pp

DEMONSTRAÇÕES DOS FLUXOS DE CAIXA CONSOLIDADOS

R\$ mil	9M25	9M24
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS		
Resultado líquido do período	10.309	-321.565
Ajustes para reconciliar resultado líquido com o caixa gerado pelas operações		
Depreciação e amortização	37.709	29.075
Depreciação do ativo de direito de uso	89.839	96.541
Perdas esperadas para créditos de liquidação duvidosa	0	65.164
Custo residual do ativo imobilizado e intangível baixado	-12.195	-36
Provisão para perdas dos estoques e AVP	22.688	335
Juros provisionados sobre passivo de arrendamento	64.537	64.176
Ajuste a valor presente sobre contas a receber de clientes	0	-1.398
Recuperação de PIS e COFINS sobre as verbas de marketing	-22.398	0
Custo residual de contratos de arrendamento encerrados	-196	0
Plano de opção de compra de ações (stock options)	1.361	-17.550
Encargos financ. e variação cambial s/ saldos de empréstimos, financiamentos, debêntures e mútuos	27.774	69.895
Recuperação Pis/Cofins s/ devoluções e gross up na exclusão do ICMS da base de cálculo do Pis/Cofins	-137.470	0
Imposto de renda e contribuição social diferidos	5.491	14.944
Recuperação de IRPJ/CSLL de anos anteriores	-47.146	0
Provisão para litígios e demandas judiciais	30.380	-6.912
(Aumento) redução nos ativos operacionais:		
Contas a receber de clientes	6.117	324.399
Estoques	-86.923	-143.119
Tributos a recuperar	67.898	-5.307
Partes relacionadas (ativo)	0	4.843
Depósitos judiciais	-12.070	-17.847
Outros créditos	-11.463	5.482

R\$ mil	9M25	9M24
Aumento (redução) nos passivos operacionais:		
Fornecedores	-25.641	-117.705
Outras obrigações - risco sacado	47.527	0
Tributos a recolher e parcelamentos	36.047	30.514
Receita diferida	-2.066	48.370
Salários, provisões e encargos sociais	9.874	-4.755
Partes relacionadas (passivo)	-490	-28.397
Provisão para litígios e demandas judiciais	-29.914	-5.227
Aluguéis, condomínio e fundo de promoção a pagar	-3.816	-10.917
Outras obrigações	2.796	-144.476
Imposto de renda e contribuição social pagos	0	0
Juros pagos	-13.871	-161.669
Caixa gerado pelas atividades operacionais	-81.108	-233.142
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO		
Aquisição de imobilizado	-6.216	-3.954
Aquisição de ativo intangível	-10.762	-1.246
Títulos e valores mobiliários	-6.893	5.146
Caixa líquido aplicado nas atividades de investimento	-23.871	-54
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO		
Captação de empréstimos e financiamentos	265.017	540.004
Amortização de empréstimos e financiamentos	-55.745	-913.248
Ações em tesouraria	-850	0
Aumento do capital social	0	617.155
Amortização do passivo de arrendamento	-143.316	-147.517
Caixa líquido aplicado nas atividades de financiamento	65.106	96.394
Saldo inicial de caixa e equivalentes de caixa	92.052	195.505
Aumento (redução) líquido no caixa e equivalentes de caixa	-39.873	-136.802
Saldo final de caixa e equivalentes de caixa	52.179	58.703

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 a 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 a moda é ferramenta de expressão, de autoestima e de conquista.



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
dri@marisa.com.br

Marisa nas redes sociais



marisa

A promotional image for Marisa's earnings release. Two women are posing in a room with pink walls and pink balloons. The woman on the left is wearing a white one-shoulder top and blue jeans with a gold belt. The woman on the right is wearing a beige sleeveless dress. The background features a pink curtain and a pink staircase on the left.

**EARNINGS
RELEASE**

3Q25

[B]³

IGC

AMAR3

**Webcast
Presentation**

**November 17, 2025 |
2:00 p.m. (Brazil time)**

Access the webcast [here](#)

Marisa reverses previous year's loss, and posts record EBITDA of R\$ 101.9 million in 3Q25 (+190.6% vs. 3Q24), with a 20.6 p.p. rise in margin.



Quarterly net revenues of R\$ 332.7 million, represented a sharp increase of 46.3% in same-store sales in the children's line. Revenues amounted to R\$ 1.0 billion in 9M25, showing a 12.5% growth in same-store sales.



Gross profit was up by 4.7% in the quarter, with a substantial 4.7 p.p. rise in margin, from 46.5% in 3Q24 to 51.2% in 3Q25. For the first nine months of the year, gross profit climbed by 22.8%, whereas the gross margin increased by 5.0 p.p.



General and administrative expenses declined by 17.7% in the quarter, and by 12.6% in 9M25, representing a drop of 3.1 percentage points over revenues in 9M24.



Record EBITDA amounted to R\$ 101.9 million, representing a 190.6% growth, with a 30.6% margin. In 9M25, EBITDA stood at R\$ 299.5 million, with a 29.2% margin.



Net income of R\$ 5.8 million in the quarter and R\$ 10.3 million in 9M25, reversing the previous year's loss, and demonstrating sustainable creation of value.



Investments totaled R\$ 16.0 million in Capex in 9M25.



Comfortable level of financial leverage: 0.6x EBITDA for the last 12-month period.



Active customer base expanded by 12.0%, recurring customers by 34.1%, and new customers by 11.7% at the close of September, 2025, thus enhancing engagement and loyalty.



Expansion of 11.5 p.p. in YTD NPS.



Over 1 million Marisa cards issued, representing a 30.5% growth, expanding the relationship ecosystem with our customers.

MESSAGE FROM MANAGEMENT

Third quarter performance evidences the steady pace at which Marisa has been experiencing consistent growth and appreciation. The results illustrate the coherent and disciplined implementation of our strategic pillars, which have been transforming the Company, its people, and its brand – with a focus on women and their families, increasing profitability, and sustainable creation of value.

We have grown because we keep our focus on women and what motivates them. Our mission to be close to and part of the lives of Brazilian women has guided all of our decisions – from product assortment to communication – ensuring access to fashion for them and their families, with cost efficiency, convenience, and identification across all channels.

We have grown because our stores have become lively spaces for connection and experience. We managed to offer a more comprehensive, user-friendly, and pleasant shopping experience, through a more fluid layout, integration of digital services, such as 'Click & Collect' and 'Ship from Store', In addition to expansion of financial products.

We have grown, because we have expanded our portfolio, with special mention for the children's and men's lines, consolidating Marisa as the shopping destination for the whole family.

And we have grown because we have boosted our brand. New marketing campaigns

have raised Marisa's visibility and emotional appeal, conveying the Company's revitalized moment in every message.

Such achievements reflect a Marisa that is stronger, more efficient, and committed to creating sustainable value for customers, employees, suppliers, and shareholders.



Net revenues for the quarter came to R\$ 332.7 million, with a special mention for the 46.3% increase in sales of the children's line on a comparable basis, whose share of revenues rose from 9.6% in 3Q24 to 14.9% in 3Q25. For the first nine months of the year, net revenues amounted to R\$ 1.0 billion, up by 12.5% when compared to the same stores in 9M24.

Gross profit rose by 4.7% in the quarter, with a 4.7 percentage point increase in margin. With lower inventories at the start of the third quarter, we carried out our winter sale with more moderate discounts, thereby preserving profitability. Over the course of the first nine months, gross profit grew by 22.8%, whereas gross margin expanded by 5.0 percentage points.

General and administrative expenses declined by 17.7% in the quarter and 12.6% in the first nine months of 2025, benefiting from increased productivity, operational efficiency, and streamlining of costs.

Quarterly EBITDA amounted to R\$ 101.9 million, corresponding to a 190.6% growth, with a 30.6% margin. For 9M25, it totaled R\$ 299.5 million, with a 29.2% margin.

Net income was R\$ 5.8 million in 3Q25, and R\$ 10.3 million for the nine-month period, reversing previous losses, evidencing a consistent creation of value.

The active customer base expanded by 12.0%, and

recurring customers by 34.1% (those who have made more than five purchases over the last 12 months), when compared to September 30, 2024. The issue of Marisa cards increased by 30.5%, exceeding a total number of 1.0 million units at the close of September 2025.



WOMEN AT THE CENTER

Listening to and deeply understanding our customers has bolstered the brand's visibility and emotional appeal. Over our 77 years of history, we have celebrated the contemporary women with campaigns that have combined tradition and modernity, resulting in both high engagement and increased visitors' attendance in our stores. The initiatives involving jeans and lingerie have expanded the brand's reach and commercial prominence. The integration of CRM with the Salesforce platform has consolidated a unique view of the customer, which has allowed for personalized and more effective communications. This transformation has contributed to a 34.1% increase in recurring customers – those who have made five or more purchases over the past 12 months – and strengthened loyalty. The new Customer Commission, a multidisciplinary group focused on analyzing experience indicators (NPS), and developing action plans, contributed to our progress in enhancing customer experience.



STORE WITH A SOUL

Customer experience has evolved. NPS grew by 11.5 percentage points during the year and detraction fell by 8.0 percentage points, reflecting the effectiveness of customer service initiatives. The relaunch of the program “Nosso Jeito Marisa de Atender” (Our Marisa Way of Serving), along with the project “Estrela do Atendimento” (Customer Service Star), with agents based at 30 pilot stores, have enhanced the quality and

consistency of in-store experiences.

On the digital front, we have improved omnichannel profitability, with dynamic pricing and greater efficiency in ‘Ship from Store’ and ‘Click & Collect’ formats. We have also resumed offering personal loans in stores, in partnership with Credsystem, reinforcing Marisa as a fully integrated point of customer relationship.



CULTURE & PEOPLE

We have enhanced performance management, by setting out both corporate and individual goals, while also launching a new 360° assessment cycle, with capacity development plans aligned with strategic competences.

UniMarisa has been redesigned, featuring a digital platform and training focused on technical and behavioral development, thereby increasing efficiency and engagement. We remain committed to diversity and integrity: we organized the Compliance in Action Week, updated the Diversity Handbook, and hosted lectures with our Affinity Groups (Women, LGBTQIAPN+, Racial, PcD, and 50+).

On the ESG front, we made advances in implementing IFRS S1 and S2 standards, completed the Greenhouse Gas Inventory (Scope 3), and made progress in preparing our first Sustainability Report, aligned

with GRI and SASB standards. The reverse logistics project has recycled more than 95 tons of materials, with expansion planned through 2026.

In partnership with the PROA Institute, we have continued to support the training of youths for the labor market, reaffirming our social role and commitment to inclusive growth.

We would like to thank all our employees, suppliers, shareholders, and partners for their trust and dedication, which enable us to move forward, consistently on our journey towards transformation and sustainable growth.

EDSON GARCIA
CEO and IRO



GEOGRAPHICAL DISTRIBUTION

230 STORES
AS OF (09/30/2025)



OPERATIONAL INFORMATION

	3Q25	3Q24
Number of stores	230	235
Average selling space per store (m2)	1,126	1,131
Average Ticket (R\$)	120.90	121.05
Sales volume (millions of pieces)	11.3	10.4
Active Marisa cards as of September 30 (millions)	1,027,876	787,580

CONSOLIDATED ECONOMIC AND FINANCIAL PERFORMANCE

R\$ thousand	3Q25	3Q24	Variação 3T	9M25	9M24	Variação 9M
NET REVENUE	332,752	349,768	-4.9%	1,025,135	923,809	11.0%
NET REVENUE SSS	327,970	340,021	-3.5%	1,005,239	893,331	12.5%
Cost of goods sold and services	-162,273	-187,004	-13.2%	-488,728	-487,024	0.3%
GROSS PROFIT	170,479	162,764	4.7%	536,407	436,785	22.8%
Gross Margin	51.2%	46.5%	4.7 pp	52.3%	47.3%	5.0 pp
Selling expenses	-105,304	-103,993	1.3%	-319,377	-318,872	0.2%
General and administrative expenses	-34,785	-42,250	-17.7%	-117,095	-134,011	-12.6%
SG&A/Net Revenue	42.1%	41.8%	0.3 pp	42.6%	49.0%	-6.4 pp
Depreciation and amortization	-39,514	-40,973	-3.6%	-127,549	-126,174	1.1%
Other operating revenues (expenses), net	71,540	18,558	285.5%	199,580	18,727	965.7%
OPERATING RESULTS	62,416	-5,894	na	171,966	-123,545	na
Financial expenses	-99,748	-78,062	27.8%	-297,636	-195,612	52.2%
Financial revenues	49,842	18,077	175.7%	141,502	53,999	162.0%
RESULTS BEFORE TAXES	12,510	-65,879	na	15,832	-265,158	na
Income tax and social contribution	-6,671	-525	-1170.7%	-5,523	-14,956	63.1%
Net result from discontinued operation	0	-4,819	na	0	-41,451	na
NET INCOME (LOSS)	5,839	-71,223	+R\$ 77.0 M	10,309	-321,565	+R\$ 331.9 M
Net Margin	1.8%	-20.4%	22.2 pp	1.0%	-34.8%	35.8 pp
EBITDA	101,930	35,079	190.6%	299,515	2,629	ns
EBITDA Margin	30.6%	10.0%	20.6 pp	29.2%	0.3%	28.9 pp

NET REVENUES

R\$ 332.7

million in 3Q25

+ 8.6%

in the volume
of units
sold in 3Q25

+ 46.3%

in same-store sales
of the children's
category in 3Q25

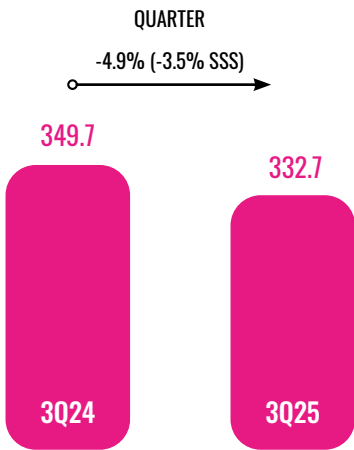


Net Revenues

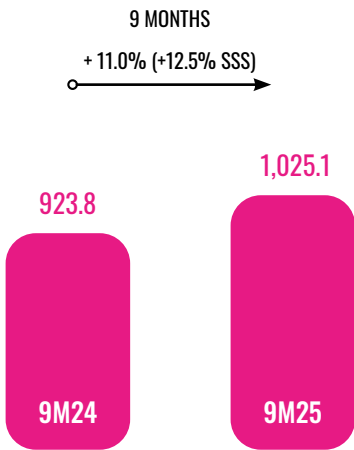
Net revenues amounted to R\$ 332.7 million in 3Q25, equivalent to 95.1% (-3.5% SSS) of the figure recorded in 3Q24. In 2Q25, strong sales of winter products resulted in reduced inventories of these goods in 3Q25. On the other hand, this condition enabled more efficient management of winter promotions, with less need for markdowns, favoring gross margin. There was an 8.6% increase in the volume of items sold versus 3Q24,

driven by the expansion in product categories, more assertive collections, as well as marketing campaigns geared toward strengthening the emotional connection with the brand. The highlight was the 46.3% growth in same-store sales in the children's category and 5.6% in the men's category. In the first nine months, net revenue grew by 11.0% (+12.5% SSS) compared to 9M24, and amounted to R\$ 1.0 billion.

NET REVENUE
(R\$ million)

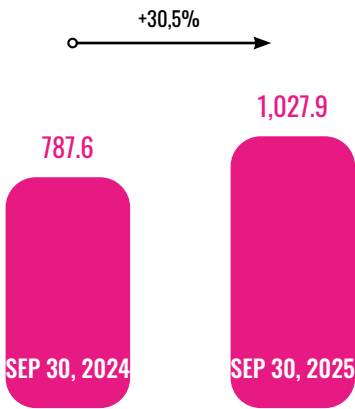


NET REVENUE
(R\$ million)



When addressing the “Store with a Soul” concept, we emphasize the importance of strengthening our ties with customers, seeking to better meet their wishes and preferences. This strategy has contributed to the expansion of the active Marisa card base. At the close of September, there were over one million cards in use, pointing to a 30.5% increase when compared to the same period in 2024.

ACTIVE MARISA CARDS
(thousand units)

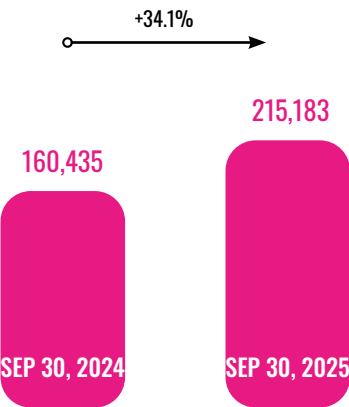


Purchases made with a Marisa card accounted for 27.4% of sales for the quarter, revealing that the reinforcement of the relationship with the public boosts brand loyalty.

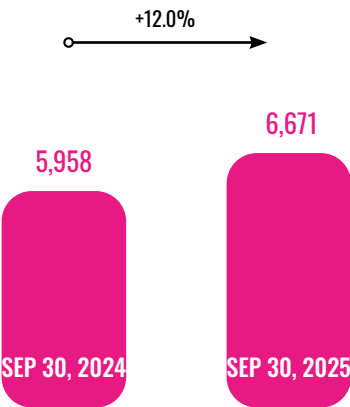
Strategic investments were made to attract new consumers, resulting in an 11.7% increase in this audience when compared to September 2024.

Furthermore, the number of recurring customers – those who made more than five purchases in the last 12 months – grew by 34.1%, thereby reflecting the reinforced relationship with the brand. Overall, the active customer base at the close of September showed a 12.0% increase when compared to the same period last year.

RECURRING CUSTOMERS > 5



CLIENTES ATIVAS
mil clientes



GROSS PROFIT

R\$ 170.5 million
up by **4.7%**
in relation to 3Q24

GROSS MARGIN

from 46.5% to 51.2% in 3Q25
up by **4.7** P.P. vs. 3Q24

Effective management of margins

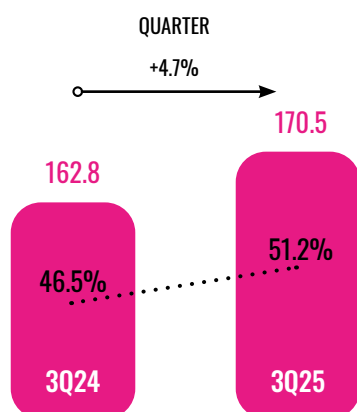


Gross Profit and Gross Margin

Gross profit totaled R\$ 170.5 million in 3Q25, up by 4.7% when compared to 3Q24, leading to a gross margin increase of 4.7 percentage points, from 46.5% to 51.2% in 3Q25. Strong sales performance in the second quarter reduced the volume of remaining winter products for seasonal clearance. With lower inventories at the beginning of the third quarter, the Company was able to conduct its winter sales with

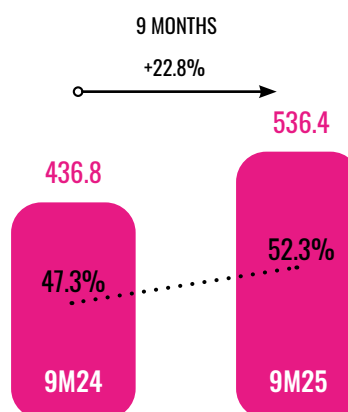
tighter discounts, thereby preserving profitability. Further progress was also sustained by continued improved negotiations with our partners, which contributed to a reduction in the cost of goods sold. In the nine-month period ending in September, gross profit totaled R\$ 536.4 million, representing a 22.8% growth in comparison with the same period of the previous year.

GROSS PROFIT (R\$ million)



..... Margem Bruta

GROSS PROFIT (R\$ million)



..... Margem Bruta



SG&A Expenses

R\$ 140.1 million
down by 4.2%
year-over-year

Effectiveness of
measures to curb
expenses

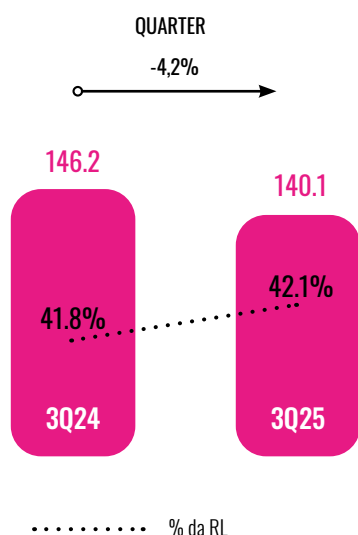


Selling, General and Administrative Expenses — SG&A

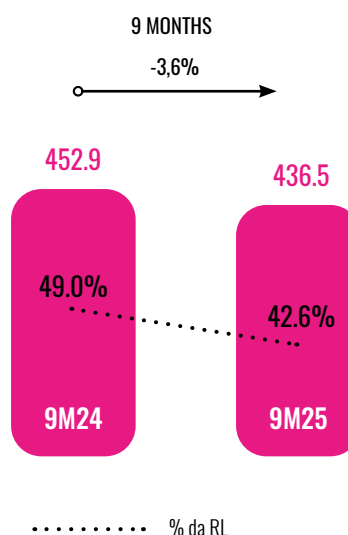
Selling, general, and administrative expenses declined by 4.2% when compared to 3Q24. This result reflects the ongoing endeavor to streamline the organizational structure, with a focus on greater efficiency and responsiveness. Operating leverage remained stable at 42.1% of net revenues, which evidences the effectiveness of the cost control measures implemented. Special mention

should be made of the 17.7% drop in general and administrative expenses for the quarter, which stemmed from initiatives such as downsizing personnel, streamlining processes, and reviewing contracts and services. As for the nine-month period, SG&A expenses were 3.6% lower than the amount recorded for the same period in 2024.

SG&A
(R\$ million)



SG&A
(R\$ million)



Other Operating Income (Expenses)

The caption “Other operating income and expenses” showed a positive net balance of R\$ 71.5 million in 3Q25, up from the amount of R\$ 18.6 million recorded in the same quarter of the previous year.

This change was mainly driven by the recovery of non-recurring tax credits, coupled with the reversal of a tax lawsuit related to income tax and social contribution tax. In 9M25, the positive balance of this account totaled R\$ 199.6 million.

EBITDA

R\$ 101.9 million

+190.6% in relation to 3Q24

EBITDA MARGIN

from 10.0% to 30.6% in 3Q25

up by **20.6** P.P.
vs. 3Q24

Rising gross
profit, reduced
expenses, and
contribution
from other
operating
income



EBITDA – Pós-IFRS16

R\$ thousands	3Q25	3Q24	Quarter change	9M25	9M24	Year change
Net income (loss)	5,839	-71,223	+R\$ 77.0 M	10,309	-321,565	+R\$ 331.9 M
Income tax and social contribution	6,671	525	-1170.7%	5,523	14,956	63.1%
Financial results, net	49,906	59,985	-16.8%	156,134	141,613	10.3%
Depreciation and amortization	39,514	40,973	-3.6%	127,549	126,174	1.1%
Net result from discontinued operation	0	4,819	na	0	41,451	na
EBITDA	101,930	35,079	190.6%	299,515	2,629	ns
EBITDA Margin	30.6%	10.0%	20.6 pp	29.2%	0.3%	28.9 pp

EBITDA amounted to R\$ 101.9 million in 3Q25, with a 30.6% margin, deriving from the improved gross profit and reduced expenses. The contribution from other operating income also benefited the indicator. Compared to 3Q24, EBITDA grew by 190.6%, whereas the margin

advanced 20.6 percentage points, rising from 10.0% to 30.6% in 3Q25. For the nine-month period ending in September, EBITDA stood at R\$ 299.5 million, reversing the loss recorded in the same period of 2024, and exceeding the figure for the previous year by R\$ 296.9 million.

Financial Result

R\$ mil	3Q25	3Q24	Quarter change	9M25	9M24	Year change
Financial Expenses	-99,748	-78,062	27.8%	-297,636	-195,612	52.2%
Financial Revenues	49,842	18,077	175.7%	141,502	53,999	162.0%
Financial Results	-49,906	-59,985	-16.8%	-156,134	-141,613	10.3%

The financial result was a net expense of R\$ 49.9 million in 3Q25. Compared to 3Q24, there was a 27.8% increase in financial expenses, which was chiefly due to higher interest-related charges.

This increase is directly related to the rise in the Selic rate. Financial income increased due to the rise in the Selic rate.

NET INCOME

R\$ 5.8 million
up by **77.0** million
in comparison with 3Q24

NET MARGIN

up by **22.2** P.P.
vs. 3Q24

Reported
net income
for the fourth
consecutive
quarter

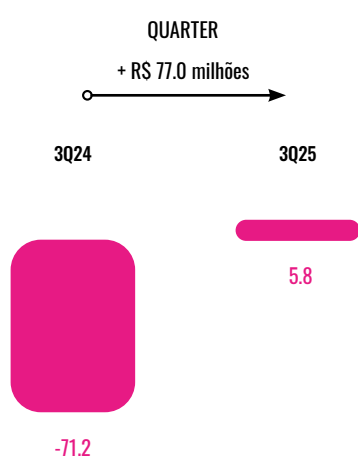


Net Income

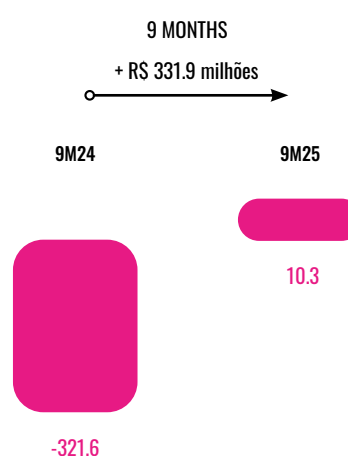
The Company recorded net income of R\$ 5.8 million in 3Q25, reversing the loss recorded in 3Q24. The 108.2% increase over the same period of the previous year reflects the expansion of gross margin, strict control of expenses, and the increase in other operating income.

The result for 3Q25 represent the fourth consecutive period of net income, consolidating the consistent trajectory of financial recovery. For the nine-month period ended September, net income totaled R\$ 10.3 million, up by R\$ 103.2% when compared to the same period of the previous year.

NET INCOME (LOSS) (R\$ million)



NET INCOME (LOSS) (R\$ million)



Net Debt

R\$ thousand	Sept, 30 2025	Dec 31, 2024	Change
(+) Loans, financing and debentures	346,343	123,168	181.2%
(-) Cash and securities	60,524	93,504	-35.3%
(=) Net Debt	285,819	29,664	863.5%
Net debt/EBITDA for the last 12 months	0.6x	0.2x	

Over the first nine months of 2025, Marisa's net debt stood at R\$ 285.8 million. It is worth noting that, at the close of September, the ratio

between the net debt and EBITDA for the last 12 months stood at 0.6x, which demonstrates an adequate and safe level of financial leverage.

CAPEX

R\$ thousands	3Q25	3Q24	Quarter change	9M25	9M24	Year change
Information technology	4,908	626	684.0%	9,429	1,834	414.1%
Operations	257	669	-61.6%	2,050	2,469	-17.0%
Engineering	1,192	565	111.0%	4,555	1,222	272.7%
Total Capex	6,357	1,860	241.8%	16,034	5,525	190.2%

Capex investments amounted to R\$ 6.3 million, representing a 241.8% growth in comparison with 3Q24. A major portion of these resources was earmarked for the information technology area, which reiterates Marisa's commitment to innovation and ongoing improvement. The modernization of points of sale remains a strategic priority, aiming to offer a more pleasant and functional shopping experience. These ongoing investments shall bring about tangible

benefits to our customers, by ensuring a more comfortable and more functional environment, while also ensuring a more efficient service. On the technological front, the modernization of infrastructure, in addition to the streamlining of internal processes, provide for an enhanced operational quality, enabling prompt responses to meet market demands, while strengthening competitiveness.



ATTACHMENTS



Consolidated Balance Sheets

ASSETS - R\$ thousand	09/30/2025	12/31/2024
CURRENT ASSETS		
Cash and cash equivalents	52,179	92,052
Accounts receivables	23,368	29,793
Inventories	324,336	260,101
Recoverable taxes	193,475	95,445
Other credits	36,905	24,631
Assets from discontinued operations	0	74,480
TOTAL OF CURRENT ASSETS	630,263	576,502
NON-CURRENT ASSETS		
Deferred income and social contribution taxes	55,274	60,765
Recoverable taxes	862,737	675,941
Judicial deposits	51,537	39,467
Securities and financial instruments	8,345	1,452
Other credits	9,630	10,133
PP&A	50,906	56,770
Intangible assets	33,911	37,435
Rights of use	427,934	445,793
TOTAL NON-CURRENT ASSETS	1,500,274	1,327,756
TOTAL ASSETS	2,130,537	1,904,258

LIABILITIES AND SHAREHOLDERS' EQUITY - R\$ thousand	09/30/2025	12/31/2024
CURRENT LIABILITIES		
Loans and financing	191,498	118,826
Accounts payable	333,184	311,298
Accrued payroll and related charges	56,227	46,353
Taxes payable	147,723	165,979
Income tax and social contribution	36	14
Related parts	0	490
Rentals payable	15,916	19,732
Deferred revenues	5,387	6,263
Finance lease	98,767	107,506
Other payables	46,297	43,001
Liabilities of discontinued operation	0	65,418
TOTAL CURRENT LIABILITIES	895,035	884,880
NON-CURRENT LIABILITIES		
Loans and financing	154,845	4,342
Finance lease	410,205	408,461
Provision for judicial contingencies	130,445	129,979
Deferred income	114,556	115,746
Taxes to be collected and installments	129,604	75,323
Other payables	419	919
TOTAL NON-CURRENT LIABILITIES	940,074	734,770
SHAREHOLDERS' EQUITY		
Paid in capital	2,312,074	2,312,074
Accrued profits (losses)	-2,022,514	-2,032,823
Stock option reserve	7,960	6,599
Treasury stocks	-2,092	-1,242
TOTAL SHAREHOLDERS' EQUITY	295,428	284,608
TOTAL LIABILITIES AND SHAREHOLDERS' EQUITY	2,130,537	1,904,258

Consolidated Income Statement

R\$ thousand	3Q25	3Q24	Variação 3T	9M25	9M24	Variação 9M
NET REVENUE	332,752	349,768	-4.9%	1,025,135	923,809	11.0%
NET REVENUE SSS	327,970	340,021	-3.5%	1,005,239	893,331	12.5%
Cost of goods sold and services	-162,273	-187,004	-13.2%	-488,728	-487,024	0.3%
GROSS PROFIT	170,479	162,764	4.7%	536,407	436,785	22.8%
Gross Margin	51.2%	46.5%	4.7 pp	52.3%	47.3%	5.0 pp
Selling expenses	-105,304	-103,993	1.3%	-319,377	-318,872	0.2%
General and administrative expenses	-34,785	-42,250	-17.7%	-117,095	-134,011	-12.6%
SG&A/Net Revenue	42.1%	41.8%	0.3 pp	42.6%	49.0%	-6.4 pp
Depreciation and amortization	-39,514	-40,973	-3.6%	-127,549	-126,174	1.1%
Other operating revenues (expenses), net	71,540	18,558	285.5%	199,580	18,727	965.7%
OPERATING RESULTS	62,416	-5,894	na	171,966	-123,545	na
Financial expenses	-99,748	-78,062	27.8%	-297,636	-195,612	52.2%
Financial revenues	49,842	18,077	175.7%	141,502	53,999	162.0%
RESULTS BEFORE TAXES	12,510	-65,879	na	15,832	-265,158	na
Income tax and social contribution	-6,671	-525	-1170.7%	-5,523	-14,956	63.1%
Net result from discontinued operation	0	-4,819	na	0	-41,451	na
NET INCOME (LOSS)	5,839	-71,223	+R\$ 77.0 M	10,309	-321,565	+R\$ 331.9 M
Net Margin	1.8%	-20.4%	22.2 pp	1.0%	-34.8%	35.8 pp
EBITDA	101,930	35,079	190.6%	299,515	2,629	ns
EBITDA Margin	30.6%	10.0%	20.6 pp	29.2%	0.3%	28.9 pp

Consolidated Statements of Cash Flow

R\$ thousand	9M25	9M24
CASH FLOWS FROM OPERATING ACTIVITIES		
Net income (loss)	10,309	-321,565
Adjustments to reconcile net income with cash generated by operations		
Depreciation and amortization	37,709	29,075
Depreciation of the right of use assets	89,839	96,541
Provision for expected credit losses	0	65,164
Depreciation of the right of use assets	-12,195	-36
Provision for inventory losses and AVP	22,688	335
Accrued interest in lease liabilities	64,537	64,176
Discount to present value on customer receivables	0	-1,398
Recovery of PIS/COFINS on sales returns and gross-up effect	-22,398	0
Residual cost of terminated lease contracts	-196	0
Stock option plan	1,361	-17,550
Financial charges and exchange rate variation	27,774	69,895
Recovery of PIS/COFINS on sales returns and gross-up effect	-137,470	0
Deferred income tax and social contribution	5,491	14,944
Recovery of IRPJ/CSLL from prior years	-47,146	0
Provision for litigation and legal claims	30,380	-6,912
(Increase) decrease in operating assets:		
Accounts receivable from customers	6,117	324,399
Inventories	-86,923	-143,119
Taxes recoverable	67,898	-5,307
Related parties (assets)	0	4,843
Judicial deposits	-12,070	-17,847
Other credits	-11,463	5,482

R\$ thousand	9M25	9M24
Increase (decrease) in operating liabilities:		
Suppliers	-25,641	-117,705
Other obligations – risk drawn	47,527	0
Taxes to be collected and installments	36,047	30,514
Deferred revenue	-2,066	48,370
Salaries, provisions and social charges	9,874	-4,755
Related parties (liabilities)	-490	-28,397
Provision for litigation and lawsuits	-29,914	-5,227
Rentals, condominium and promotion fund payable	-3,816	-10,917
Other obligations	2,796	-144,476
Income tax and social contribution paid	0	0
Interest paid	-13,871	-161,669
Cash generated by operating activities	-81,108	-233,142
CASH FLOWS FROM INVESTMENT ACTIVITIES		
Aquisition of fixed assets	-6,216	-3,954
Aquisition of intangible assets	-10,762	-1,246
Securities and marketable securities	-6,893	5,146
Net cash used in investment activities	-23,871	-54
CASH FLOWS FROM FINANCING ACTIVITIES		
New loans and financing	265,017	540,004
Amortization of loans and financing	-55,745	-913,248
Treasury stocks	-850	0
Capital increase	0	617,155
Amortization of lease liabilities	-143,316	-147,517
Net cash used in financing activities	65,106	96,394
NET INCREASE (DECREASE) IN CASH AND CASH EQUIVALENTS	92,052	195,505
Opening balance of cash and cash equivalents	-39,873	-136,802
Cash and cash equivalents at the end of the period	52,179	58,703

ABOUT MARISA

Much more than one of Brazil's largest women's fashion retail chains, we are a Company in the process of transformation, with the clear mission of dressing dreams and empowering achievements. Our commitment is to the Brazilian woman — the leading actress of our story — and her family, by offering affordable, contemporary, and meaningful fashion.

Since 1948, when Bernardo Goldfarb began this journey, we have continued to evolve with boldness, simplicity, and an owner's mindset. Today, we reaffirm our mission: to be close and connected to women, giving them and their families access to fashion that is cost-effective, however and wherever they want it.

Our strategic focus places women at the center of everything we do. This is reflected in a product assortment more aligned with their wishes, in a more welcoming visual

merchandising approach, and in solutions that go beyond fashion — such as financial products that expand access to credit and initiatives focused on well-being and health.

With a portfolio that also serves men and children, we aim to be the first choice in fashion for Brazilian women and their families. We continually invest in technology and innovation, offering services such as "Click and Collect" and "Ship from Store," which enhance the shopping experience by making it faster, more integrated, and more convenient.

Our values — woman at the center, care, integration, respect, simplicity, and owner's mindset — are the pillars that support every decision, every collection, every interaction. With consistency and passion, we are building a brand that represents, welcomes, and empowers. A brand that understands fashion as a tool for self-expression, self-esteem, and achievement.



marisa

INVESTOR RELATIONS

Edson Salles Abuchaim Garcia
CEO and IRO

Adilvo Alves de Souza Jr
CFO

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

Marisa on social media

