marisa

RESULTADOS
3T26



Videoconferência de Resultados

13 de novembro de 2026
9H00 (Brasil)

Acesse o webcast aqui.

DESTAQUES 3T26

(vs. 3T25)



AVANÇO DE **63,0%** NO EBITDA PÓS-IFRS16 DO VAREJOS MESMAS LOJAS RECORRENTE, COM GANHO DE **4,9** PONTOS PERCENTUAIS DE MARGEM.



MELHORA DE **35,8%** NO RESULTADO LÍQUIDO CONSOLIDADO RECORRENTE.



AUMENTO DE **1,1%** NA RECEITA LÍQUIDA MESMAS LOJAS: **+11,7%** NO SETOR INFANTIL E **+11,6%** NO SETOR MASCULINO.



CRESCIMENTO DE **0,6%** NO LUCRO BRUTO MESMAS LOJAS: **+20,7%** NA CATEGORIA INFANTIL E **+12,4%** NO MASCULINO.



AUMENTO de **21,0%** DO GIRO DOS PRODUTOS E REDUÇÃO DE **15,6%** NO ESTOQUE MÉDIO DO PERÍODO.



AUMENTO DE **66,0**% NA RECEITA DO *SHIP FROM STORE* REPRESENTANDO **50,0%** DAS VENDAS DOS CANAIS DIGITAIS.



REDUÇÃO DE **14,1**% NAS DESPESAS COM VENDAS, GERAIS E ADMINISTRATIVAS CONSOLIDADAS.



ALONGAMENTO DO PERFIL DA DÍVIDA: **66,0%** VENCENDO NO LONGO PRAZO COMPARADO A **41,0%,** EM 31/12/2025.



EVOLUÇÃO DE **13,0**% NA BASE TOTAL DE CARTÕES MARISA ATIVOS POR LOJA. O CARTÃO REPRESENTOU **26,8%** DAS VENDAS DO TRIMESTRE.



QUEDA DE **2,2** PONTOS PERCENTUAIS NO CHURN ENTRE JULHO E SETEMBRO.



NPS GERAL HISTÓRICO DE **90** PONTOS, AUMENTO DE **44** PONTOS.

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

No terceiro trimestre de 2026, avançamos em nosso propósito de levar moda às famílias brasileiras, com produtos que combinam tendências, qualidade e ótimo custo-benefício. Fortalecemos o relacionamento com nossas clientes, ampliamos nossa eficiência operacional e seguimos expandindo nossa proposta de valor, combinando estilo, conveniência e crédito. Em um ambiente comercial mais desafiador, avançamos no resultado operacional, com crescimento relevante de **63,0%** no EBITDA Pós-IFRS 16 do varejo mesmas lojas recorrente, reduzimos em **14,1%** as despesas consolidadas e melhoramos em **35,8%** o resultado líquido consolidado recorrente.

Moda que conquista não apenas a mulher, mas toda a sua família. No trimestre, as vendas dos setores infantil e masculino em mesmas lojas cresceram, respectivamente, **11,7%** e **11,6%**, em relação ao 3T25. Seguimos aprimorando nosso sortimento para oferecer a combinação adequada de moda, qualidade, variedade e preços justos, fortalecendo nossa capacidade de atender às preferências de nossas clientes e ampliando nossa participação em diferentes momentos de consumo da família brasileira. Alcançar este objetivo fez nosso NPS aumentar **44** pontos na comparação com o 3T25, além de registrarmos queda de **2,2** pontos percentuais do *churn* entre julho e setembro.

Conexão mais forte com nossas clientes. Estamos continuamente mais próximos das clientes, compreendendo seus hábitos de consumo e os atributos que mais valorizam na experiência de compra. Para isso, intensificamos as ações de relacionamento para estimular novas compras e ampliar a fidelização. A participação do CRM cresceu aproximadamente **3,0** pontos percentuais com a implementação de novas réguas e jornadas que colaboraram para o aumento da receita. O NPS alcançou **90** pontos, um patamar que reflete o forte nível de satisfação e recomendação da Marisa. Por meio de pesquisas e da escuta ativa de nossas clientes, temos aprofundado o conhecimento sobre seus comportamentos, desejos e expectativas. As pesquisas qualitativas e quantitativas têm nos permitido construir uma base de conhecimento que contribui para decisões mais assertivas, colaborando para aprimorar a experiência de compra.

Omnicanalidade amplia resultados. Integramos lojas físicas e canais digitais para tornar a jornada de compra mais conveniente e ampliar as oportunidades de venda. No trimestre, as vendas pelo *Ship from Store* cresceram **66,0%** e representaram **50,0%** das vendas digitais, permitindo melhor aproveitamento dos estoques das lojas e maior disponibilidade de produtos para as clientes. Essa experiência ficará ainda melhor com a nova plataforma de *e-commerce*, prevista para entrar em operação até o final do ano. Mais moderna e flexível, ela simplificará a navegação, a busca e o pagamento, reduzirá custos de infraestrutura e facilitará a integração com parceiros e marketplaces. Com isso, ampliaremos nossa capacidade de atender as clientes onde e como elas desejarem comprar, fortalecendo nossa estratégia omnicanal.

Mais crédito, maior o ticket médio. O Cartão Marisa amplia nossa proposta de valor ao oferecer às consumidoras uma alternativa conveniente de pagamento e acesso ao crédito. A cliente que possui o cartão gasta em média duas vezes mais. No trimestre, o cartão respondeu por **26,8%** das vendas totais, enquanto a base ativa de cartões por loja cresceu **13,0%**.

Mais inteligência para planejar, abastecer e vender. Temos investido em novas tecnologias para aprimorar nossos processos de planejamento e abastecimento. Os benefícios dessa transformação já começam a aparecer na evolução dos indicadores de estoques. Um marco importante do trimestre foi o início de um projeto pioneiro que integrará, em uma única plataforma, os pilares estratégicos de previsão de demanda, sortimento, abastecimento e precificação. A iniciativa ampliará nossa capacidade analítica e nos permitirá compreender com mais profundidade o potencial de consumo de cada mercado. Com mais conhecimento sobre a demanda de cada região, teremos condições de definir sortimentos mais adequados, direcionar produtos para as lojas com maior potencial de venda, aperfeiçoar a reposição e tornar as estratégias de precificação e remarcação mais assertivas. Como resultado, esperamos ampliar ainda mais as vendas, acelerar o giro dos produtos e reduzir o capital investido em estoques, melhorando nossas margens e, consequentemente, nossa rentabilidade.

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

Resultados que refletem nossa transformação. Registramos crescimento de **1,1%** nas vendas mesmas lojas em um ambiente comercial mais complexo. O desempenho do trimestre refletiu dinâmicas distintas ao longo dos meses. Em julho, as vendas sofreram os efeitos da Copa do Mundo sobre o fluxo de clientes nas lojas. Estimamos que as vendas cresceriam ainda mais sem o impacto dos jogos. Em agosto, a receita mesmas lojas avançou **7,0%,** impulsionada principalmente pelas ações relacionadas ao Dia dos Pais. Já em setembro, o crescimento foi de **4,0%,** beneficiado pelo lançamento da coleção de verão e pelo início das campanhas para o Dia das Crianças. As temperaturas mais baixas observadas nas regiões Sul e Sudeste ao longo do mês impossibilitaram um desempenho ainda mais forte em setembro. Entre as categorias, os destaques foram os segmentos estratégicos infantil e masculino, que registraram, respectivamente, crescimentos de **11,7%** e **11,6%** nas vendas mesmas lojas em relação ao 3T25. Complementando nossa proposta de valor, o Cartão Marisa respondeu por **26,8%** das vendas totais no período. Também seguimos avançando na gestão dos estoques. O aprimoramento dos processos de planejamento, seleção de produtos, reposição e distribuição permitiu aumentar o giro em **21,0%** e reduzir nosso estoque médio em **15,6%** na comparação com o 3T25. A austeridade na gestão também se refletiu nas despesas do trimestre. No consolidado, os gastos com vendas, gerais e administrativos foram reduzidos em **14,1%** em relação ao mesmo período do ano anterior. Como consequência, o EBITDA Pós-IFRS 16 do varejo mesmas lojas recorrente cresceu **63,0%,** com expansão de **4,9** pontos percentuais na margem. O resultado líquido consolidado recorrente apresentou melhora de **35,8%** em comparação com o 3T25, refletindo o aumento de **R$ 14,5 milhões** no resultado operacional consolidado recorrente, que evoluiu de um resultado negativo de R$ 4,5 milhões no 3T25, para um resultado positivo de R$ 10,0 milhões no 3T26 número que expressa o avanço em nossa trajetória de transformação.

São Paulo, 12 de novembro de 2026
Edson Garcia
Diretor-Presidente

DESEMPENHO FINANCEIRO



INTRODUÇÃO

Apresentamos os principais indicadores do varejo também sob a ótica de mesmas lojas. Essa abordagem permite avaliar com maior precisão o desempenho da operação, ao considerar apenas as unidades que estavam em funcionamento no mesmo período do ano anterior. Dessa forma, proporcionamos aos acionistas e ao mercado uma visão mais clara da evolução do negócio e da geração de resultados da Marisa.

RESULTADOS DO VAREJO MESMAS LOJAS

R$ MIL	3T26	3T25	Variação	9M26	9M25	Variação
RECEITA LÍQUIDA – Mesmas lojas[1]	306.348	303.047	1,1%	960.217	953.473	0,7%
LUCRO BRUTO DE PRODUTO – Mesmas lojas	137.312	136.539	0,6%	454.529	450.551	0,9%
MARGEM BRUTA DE PRODUTO – Mesmas lojas	44,8%	45,1%	-0,3 p.p.	47,3%	47,3%	0 p.p.
RESULTADO LÍQUIDO RECORRENTE – Mesmas lojas	-70.535	-91.819	23,2%	-237.665	-264.555	10,2%
EBITDA PÓS-IFRS 16 VAREJO MESMAS LOJAS RECORRENTE [2]	**39.601**	**24.289**	**63,0%**	**135.351**	**101.798**	**33,0%**
MARGEM EBITDA PÓS-IFRS 16 VAREJO MESMAS LOJAS RECORRENTE [2]	**12,9%**	**8,0%**	**4,9 p.p.**	**14,1%**	**10,7%**	**3,4 p.p.**

1. **Os números do varejo mesmas lojas referem-se às vendas das lojas ativas há mais de 12 meses comparadas ao ano anterior.**

2. **Os números recorrentes referem-se ao resultado do varejo desconsiderando, principalmente, os créditos tributários extemporâneos em ambos os períodos.**

RESULTADOS CONSOLIDADOS

R$ MIL	3T26	3T25	Variação	9M26	9M25	Variação
RECEITA LÍQUIDA	**325.794**	**332.752**	**-2,1%**	**998.482**	**1.025.135**	**-2,6%**
Custos das mercadorias vendidas	-162.629	-162.273	-0,2%	-486.089	-488.728	0,5%
LUCRO BRUTO	**163.165**	**170.479**	**-4,3%**	**512.393**	**536.407**	**-4,5%**
Margem bruta	50,1%	51,2%	-1,1 p.p.	51,3%	52,3%	-1,0 p.p.
Despesas com vendas	-89.264	-105.304	15,2%	-301.768	-319.377	5,5%
Despesas gerais e administrativas	-31.054	-34.785	10,7%	-101.809	-117.095	13,1%
Despesas VG&A s/Receita líquida	36,9%	42,1%	-5,2 p.p.	40,4%	42,6%	-2,2 p.p
Despesas com depreciação e amortização	-34.522	-39.514	12,6%	-107.300	-127.549	15,9%
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	9.708	71.540	-86,4%	48.225	199.580	-75,8%
RESULTADO OPERACIONAL	**18.033**	**62.416**	**-71,1%**	**49.741**	**171.966**	**-71,0%**
RESULTADO OPERACIONAL CONSOLIDADO RECORRENTE (1)	**10.020**	**-4.482**	**n/a**	**39.214**	**-9.684**	**n/a**
Despesas financeiras	-91.584	-99.748	8,2%	-331.052	-297.636	-11,2%
Receitas financeiras	14.781	49.842	-70,3%	59.915	141.502	-57,7%
RESULTADO ANTES DO IR E CSSL	**-58.770**	**12.510**	**n/a**	**-221.396**	**15.832**	**n/a**
IR e CSSL	5.875	-6.671	n/a	4.311	-5.523	n/a
RESULTADO LÍQUIDO	**-52.895**	**5.839**	**n/a**	**-217.085**	**10.309**	**n/a**
Margem líquida	n/a	1,8%	n/a	n/a	1,0%	n/a
RESULTADO LÍQUIDO CONSOLIDADO RECORRENTE (1)	**-60.908**	**-94.850**	**35,8%**	**-227.612**	**-273.428**	**16,8%**
EBITDA PÓS-IFRS16 CONSOLIDADO	**52.555**	**101.930**	**-48,4%**	**157.041**	**299.515**	**-47,6%**
MARGEM EBITDA PÓS-IFRS16 CONSOLIDADA	**16,1%**	**30,6%**	**-14,5 p.p.**	**15,7%**	**29,2%**	**-13,5 p.p.**
EBITDA PÓS-IFRS16 CONSOLIDADO RECORRENTE (1)	**44.542**	**35.032**	**27,1%**	**146.514**	**117.865**	**24,3%**
MARGEM EBITDA PÓS-IFRS16 CONSOLIDADA RECORRENTE (1)	**13,7%**	**10,5%**	**3,2 p.p.**	**14,7%**	**11,5%**	**3,2 p.p.**

1. Os números recorrentes desconsideram, principalmente, os créditos tributários extemporâneos em ambos os períodos.

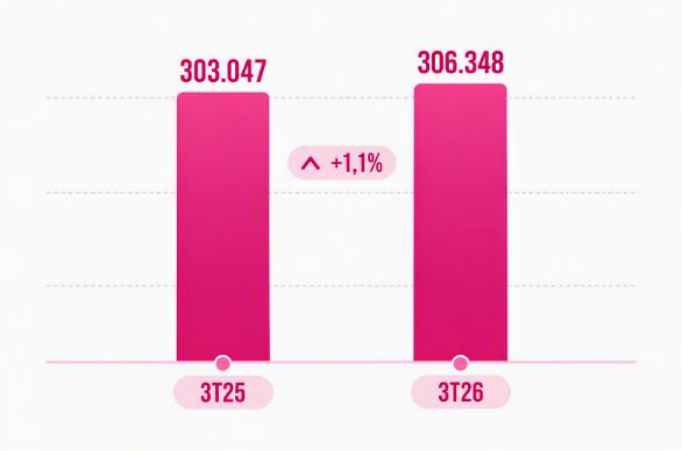
RECEITA LÍQUIDA - VAREJO MESMAS LOJAS

"Desempenho apoiado por categorias de produtos estratégicas no período"

A receita líquida do varejo em mesmas lojas cresceu 1,1% no 3T26. Em julho, as vendas foram impactadas pela Copa do Mundo, mas, sem esse efeito, o crescimento estimado seria ainda maior. Em agosto, a receita mesmas lojas avançou 7,0%, impulsionada pelas ações do Dia dos Pais. Em setembro, o crescimento foi de 4,0%, favorecido pelo lançamento da coleção de verão e pelo início das campanhas para o Dia das Crianças, embora as baixas temperaturas nas regiões Sul e Sudeste tenham limitado um resultado ainda melhor. Entre as categorias, os segmentos infantil e masculino se destacaram, com crescimentos de 11,7% e 11,6%, nessa ordem, em relação ao 3T25. O Cartão Marisa respondeu por 26,8% das vendas totais do período.

RECEITA LÍQUIDA - VAREJO MESMAS LOJAS

(R$ mil)



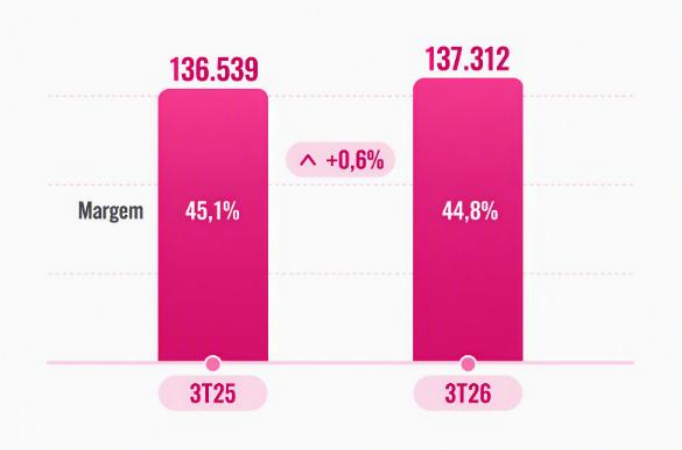
LUCRO E MARGEM BRUTA - VAREJO MESMAS LOJAS

"Calendário comercial atrativo apóia a rentabilidade de categorias estratégicas"

Encerramos o trimestre com lucro bruto de R$ 137,3 milhões e margem bruta de 44,8% no varejo em mesmas lojas, em linha com os números obtidos no 3T25. Em julho, o menor volume de vendas e as liquidações de inverno pressionaram as margens. Em contrapartida, agosto e setembro foram beneficiados pela renovação das coleções e pelas campanhas do Dia dos Pais e das Crianças, que favoreceram a recuperação da rentabilidade. Nesse contexto, o lucro bruto mesmas lojas da categoria infantil foi 20,7% superior ao registrado no 3T25, enquanto o da categoria masculino apresentou crescimento de 12,4%.

LUCRO BRUTO DE PRODUTO - VAREJO MESMAS LOJAS

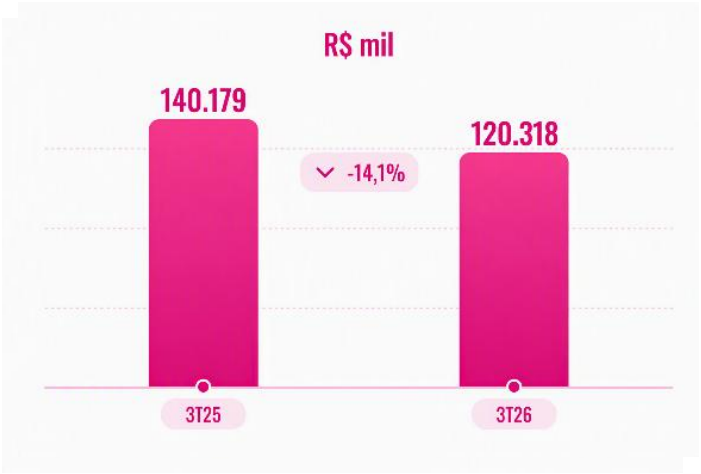
(R$ mil)



DESPESAS COM VENDAS, GERAIS E ADMINISTRATIVAS CONSOLIDADAS

"Austeridade nas despesas fortalece a rentabilidade"

As despesas com vendas, gerais e administrativas consolidadas totalizaram R$ 120,3 milhões no 3T26, redução de 14,1% em relação ao 3T25. Como proporção da receita líquida, passaram a representar 36,9%, uma queda de 5,2 pontos percentuais na comparação anual. Esse desempenho reflete os avanços na simplificação da estrutura operacional da Companhia e a maior austeridade na gestão dos gastos. Ao longo dos últimos trimestres, revisamos processos, contratos e estruturas, buscando adequar a operação às necessidades atuais da Marisa e aumentar sua eficiência. Nas lojas, a otimização da rede e os ajustes realizados no parque operacional reduziram despesas com ocupação, utilidades e outros custos recorrentes, resultando em uma queda de 15,2% nas despesas comerciais em relação ao 3T25. Na estrutura corporativa, a revisão de processos, contratos e serviços contribuiu para uma redução de 10,7% nas despesas administrativas na mesma base de comparação.





OUTRAS RECEITAS/DESPESAS OPERACIONAIS CONSOLIDADAS

A linha de Outras Receitas (Despesas) Operacionais consolidada apresentou saldo positivo de R$ 9,7 milhões no 3T26. Cabe destacar que, ao longo de 2025, realizamos trabalho de reconhecimento de créditos tributários de caráter não recorrente, o que explica a variação observada nessa linha em relação ao mesmo período do ano anterior.

EBITDA PÓS-IFRS16

"Mais rentabilidade em uma operação mais eficente"

As iniciativas implementadas nos últimos trimestres contribuíram para uma evolução do EBITDA Pós-IFRS16. O crescimento das vendas e a disciplina na gestão das despesas resultaram em uma operação mais eficiente e rentável. Como consequência, o EBITDA Pós-IFRS16 do varejo mesmas lojas recorrente atingiu R$ 39,6 milhões no trimestre, crescimento de 63,0% em relação ao 3T25. A margem EBITDA avançou 4,9 pontos percentuais. Já no consolidado, o EBITDA Pós-IFRS16 recorrente foi 27,1% maior que o do 3T25, com 3,2 pontos percentuais a mais de margem. A evolução observada no trimestre reforça uma tendência consistente ao longo do ano. Nos nove primeiros meses de 2026, o EBITDA Pós-IFRS 16 do varejo mesmas lojas recorrente totalizou R$ 135,3 milhões, alta de 33,0% em relação ao mesmo período de 2025, enquanto a margem EBITDA alcançou 14,1%, expansão de 3,4 pontos percentuais. O mesmo ocorreu com o EBITDA Pós-IFRS 16 consolidado recorrente acumulado em nove meses: incremento de 24,3% com mais 3,2 pontos percentuais de margem.

DEMONSTRAÇÃO DO EBITDA PÓS-IFRS16 VAREJO MESMAS LOJAS RECORRENTE

R$ MIL	3T26	3T25	Variação	9M26	9M25	Variação
Resultado líquido – Varejo mesmas lojas	-62.382	16.633	n/a	-226.284	5.044	n/a
IR E CSSL – Varejo mesmas lojas	-6	13	n/a	9	32	-70,4%
Resultado financeiro líquido – Varejo mesmas lojas	75.885	77.015	-1,5%	226.618	237.087	-12,5%
Depreciação e amortização – Varejo mesmas lojas	34.257	39.080	-12,3%	106.389	129.234	-17,7%
Outras não-recorrente	-8.153	-108.452	92,5%	-11.381	-269.599	95,8%
EBITDA PÓS-IFRS 16 VAREJO MESMAS LOJAS RECORRENTE	**39.601**	**24.289**	**63,0%**	**135.351**	**101.798**	**33,0%**
MARGEM EBITDA PÓS-IFRS 16 VAREJO MESMAS LOJAS RECORRENTE	**12,9%**	**8,0%**	**4,9 p.p.**	**14,1%**	**10,7%**	**3,4 p.p.**

DEMONSTRAÇÃO DO EBITDA PÓS-IFRS16 CONSOLIDADO

R$ MIL	3T26	3T25	Variação	9M26	9M25	Variação
Resultado líquido – Consolidado	-52.895	5.839	n/a	-217.085	10.309	n/a
IR E CSSL – Consolidado	-5.875	6.671	n/a	-4.311	5.523	n/a
Resultado financeiro líquido – Consolidado	76.803	49.906	53,9%	271.137	156.134	73,7%
Depreciação e amortização – Consolidado	34.522	39.514	-12,6%	107.300	127.549	-15,9%
EBITDA PÓS-IFRS 16 CONSOLIDADO	**52.555**	**101.930**	**-48,4%**	**157.041**	**299.515**	**-47,6%**
MARGEM EBITDA PÓS-IFRS 16 CONSOLIDADA	**16,1%**	**30,6%**	**-14,5 p.p.**	**15,7%**	**29,2%**	**-13,5 p.p.**
EBITDA PÓS-IFRS 16 CONSOLIDADO RECORRENTE	**44.542**	**35.032**	**27,1%**	**146.514**	**117.865**	**24,3%**
MARGEM EBITDA PÓS-IFRS 16 CONSOLIDADA RECORRENTE	**13,7%**	**10,5%**	**3,2 p.p.**	**14,7%**	**11,5%**	**3,2 p.p.**

RESULTADO FINANCEIRO LÍQUIDO CONSOLIDADO

Apresentou variação de 53,9% no trimestre devido, principalmente, às receitas financeiras que foram menores em razão da redução da variação monetária decorrente dos créditos tributários.

R$ MIL	3T26	3T25	Variação	9M26	9M25	Variação
Despesas financeiras - Consolidadas	-91.584	-99.748	8,2%	-331.052	-297.636	-11,2%
Receitas financeiras - Consolidadas	14.781	49.842	-70,3%	59.915	141.502	-57,7%
RESULTADO FINANCEIRO LÍQUIDO CONSOLIDADO	**-76.803**	**-49.906**	**-53,9%**	**-271.137**	**-156.134**	**-73,7%**

RESULTADO LÍQUIDO CONSOLIDADO RECORRENTE

Apresentou melhora de 35,8% em comparação com o 3T25, refletindo o aumento de R$ 14,5 milhões no resultado operacional consolidado recorrente, números que expressam o avanço em nossa trajetória de transformação. Em nove meses a melhora foi de 16,8%.

R$ MIL	3T26	3T25	Variação	9M26	9M25	Variação
RESULTADO LÍQUIDO	**-52.895**	**5.839**	**n/a**	**-217.085**	**10.309**	**n/a**
CRÉDITOS EXTEMPORÂNEOS	**-8.013**	**-100.689**	**92,0%**	**-10.527**	**-283.737**	**96,3%**
RESULTADO LÍQUIDO CONSOLIDADO RECORRENTE	**-60.908**	**-94.850**	**35,8%**	**-227.612**	**-273.428**	**16,8%**

DÍVIDA LÍQUIDA CONSOLIDADA

Avançamos no alongamento do perfil da dívida, ampliando os prazos de vencimento e reduzindo a concentração de compromissos de curto prazo. Em 30 de setembro de 2026, 66,0% do endividamento da Marisa estava concentrado no longo prazo, ante 41,0% ao final de 2025.

R$ MIL	30/09/2026	31/12/2025	Variação
(+) Empréstimos e financiamentos – Curto Prazo	161.141	198.773	-18,9%
(+) Empréstimos e financiamentos – Longo Prazo	306.816	138.398	121,7%
(-) Caixa + títulos e valores mobiliários	18.295	59.857	-69,4%
(=) Dívida líquida	449.662	277.314	62,1%
Dívida líquida/EBITDA Consolidado últimos 12 meses	**2,0 x**	**0,8 x**	-

CAPEX

Os investimentos em Capex totalizaram R$ 5,4 milhões no 3T26, com foco em tecnologia e iniciativas voltadas ao aumento da eficiência operacional, do suporte ao crescimento das vendas e do fortalecimento da experiência das clientes. Os recursos foram direcionados principalmente para soluções analíticas, para integração da cadeia de suprimentos, CRM e evolução das plataformas digitais. Entre essas iniciativas, destaca-se a integração da previsão de demanda, do planejamento do sortimento, do abastecimento e da precificação em uma única plataforma, com o apoio de tecnologia e inteligência de dados. Tais ações visam ampliar ainda mais as vendas, a aceleração do giro dos produtos e a redução do capital investido em estoques, a fim de melhorar as margens e a rentabilidade da Companhia.

R$ MIL	3T26	3T25	Variação	9M26	9M25	Variação
Tecnologia da informação	4.705	4.908	-4,1%	12.972	9.429	37,6%
Operações	579	257	125,3%	978	2.050	-52,3%
Obras de engenharia	120	1.192	-89,9%	484	4.555	-89,4%
CAPEX	**5.404**	**6.357**	**-15,0%**	**14.434**	**16.034**	**-10,0%**

ANEXOS

Balanço Patrimonial Consolidado
Demonstração dos Resultados Consolidada
Fluxo de Caixa Consolidado



Balanço Patrimonial Consolidado

ATIVO R$ MIL	30/09/2026	31/12/2025
CIRCULANTE		
Caixa e equivalentes de caixa	7.599	47.990
Contas a receber de clientes	15.583	58.595
Estoques	227.130	259.732
Tributos a recuperar	177.850	157.240
Outros créditos	53.259	41.616
TOTAL DO ATIVO CIRCULANTE	**481.421**	**565.173**
NÃO CIRCULANTE		
Títulos e valores mobiliários	10.696	11.867
Tributos a recuperar	848.709	887.255
Outros créditos	20.084	10.036
Imposto de renda e contribuição social	60.398	55.802
Depósitos judiciais	50.756	48.353
Ativo de direito de uso	336.283	401.100
Imobilizado	39.836	43.671
Intangível	37.925	33.556
TOTAL ATIVO NÃO CIRCULANTE	**1.404.687**	**1.491.640**
TOTAL DO ATIVO	**1.886.108**	**2.056.813**

Balanço Patrimonial Consolidado (continuação)

PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO R$ MIL	30/09/2026	31/12/2025
CIRCULANTE		
Empréstimos, financiamentos e debêntures	161.141	198.773
Fornecedores	228.697	268.589
Fornecedores convênio	110.695	52.961
Arrendamento a pagar	92.741	98.755
Salários, provisões e contribuições sociais	40.234	62.988
Tributos a recolher e parcelamentos	132.373	161.209
Aluguéis, condomínios e fundo de promoção a pagar	12.224	19.293
Imposto de renda e contribuição social a pagar	904	44
Receitas diferidas	4.511	4.949
Outras obrigações	10.566	58.374
TOTAL DO PASSIVO CIRCULANTE	**794.086**	**925.935**
NÃO CIRCULANTE		
Empréstimos, financiamentos e debêntures	306.816	138.398
Arrendamento a Pagar	300.997	369.657
Provisão para litígios e demandas judiciais	184.387	166.314
Receitas diferidas	94.751	95.043
Tributos a recolher e parcelamentos	192.914	125.717
Outras obrigações	9.896	11.592
TOTAL DO PASSIVO NÃO CIRCULANTE	**1.089.761**	**906.721**
PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
Capital social	2.312.159	2.312.159
Ações em tesouraria	-45	-2.092
Reserva de opções de ações	318	8.018
Outros resultados abrangentes	-281	-1.123
Lucros (prejuízos) acumulados	-2.309.890	-2.092.805
TOTAL DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO	**2.261**	**224.157**
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	**1.886.108**	**2.056.813**

Demonstração dos Resultados Consolidada

R$ MIL	3T26	3T25	Variação	9M26	9M25	Variação
RECEITA LÍQUIDA	**325.794**	**332.752**	**-2,1%**	**998.482**	**1.025.135**	**-2,6%**
Custos das mercadorias vendidas	-162.629	-162.273	0,2%	-486.089	-488.728	-0,5%
LUCRO BRUTO	**163.165**	**170.479**	**-4,3%**	**512.393**	**536.407**	**-4,5%**
Margem bruta	50,1%	51,2%	-1,1 p.p.	51,3%	52,3%	-1,0 p.p.
Despesas com vendas	-89.264	-105.304	15,2%	-301.768	-319.377	5,5%
Despesas gerais e administrativas	-31.054	-34.785	10,7%	-101.809	-117.095	13,1%
Despesas VG&A s/Receita líquida	36,9%	42,1%	-5,2 p.p.	40,4%	42,6%	-2,2 p.p
Despesas com depreciação e amortização	-34.522	-39.514	12,6%	-107.300	-127.549	15,9%
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	9.708	71.540	-86,4%	48.225	199.580	-75,8%
RESULTADO OPERACIONAL	**18.033**	**62.416**	**-71,7%**	**49.741**	**171.966**	**-71,7%**
RESULTADO OPERACIONAL CONSOLIDADO RECORRENTE (1)	**10.020**	**-4.482**	**n/a**	**39.214**	**-9.684**	**n/a**
Despesas financeiras	-91.584	-99.748	8,2%	-331.052	-297.636	11,2%
Receitas financeiras	14.781	49.842	-70,3%	59.915	141.502	-57,7%
RESULTADO ANTES DO IR E CSSL	**-58.770**	**12.510**	**n/a**	**-221.396**	**15.832**	**n/a**
IR e CSSL	5.875	-6.671	n/a	4.311	-5.523	n/a
RESULTADO LÍQUIDO	**-52.895**	**5.839**	**n/a**	**-217.085**	**10.309**	**n/a**
Margem líquida	n/a	1,8%	n/a	n/a	1,0%	n/a
RESULTADO LÍQUIDO CONSOLIDADO RECORRENTE (1)	**-60.908**	**-94.850**	**35,8%**	**-227.612**	**-273.428**	**16,8%**
EBITDA PÓS-IFRS16 CONSOLIDADO	**52.555**	**101.930**	**-48,4%**	**157.041**	**299.515**	**-47,6%**
MARGEM EBITDA PÓS-IFRS16 CONSOLIDADA	**16,1%**	**30,6%**	**-14,5 p.p.**	**15,7%**	**29,2%**	**-13,5 p.p.**
EBITDA PÓS-IFRS16 CONSOLIDADO RECORRENTE (1)	**44.542**	**35.032**	**27,1%**	**146.514**	**117.865**	**24,3%**
MARGEM EBITDA PÓS-IFRS16 CONSOLIDADA RECORRENTE (1)	**13,7%**	**10,5%**	**3,2 p.p.**	**14,7%**	**11,5%**	**3,2 p.p.**

1. Os números recorrentes desconsideram, principalmente, os créditos tributários extemporâneos em ambos os períodos.

Fluxo de Caixa Consolidado

R$ MIL	9M26	9M25
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS		
Resultado líquido do período	-217.085	10.309
Ajustes para reconciliar resultado líquido com o caixa gerado pelas operações		
Depreciação e amortização	20.201	37.709
Depreciação do ativo de direito de uso	82.239	89.839
Custo residual do ativo imobilizado e intangível baixado	1.170	-12.195
Provisão para perdas dos estoques e AVP	-88.790	22.688
Juros provisionados sobre passivo de arrendamento	57.763	64.537
Custo residual de contratos de arrendamento encerrados	-23.484	-196
Plano de opção de compra de ações (stock options)	-7.700	1.361
Encargos financeiros e variação cambial seobre saldos de empréstimos	85.672	27.774
Recuperação de PIS e COFINS sobre verbas de marketing	0	-22.398
Recuperação de PIS e COFINS sobre devoluções e gross up na exclusão do ICMS	0	-137.470
Recuperação de IRPJ/CSLL de anos anteriores	-4.596	-47.146
Imposto de renda e contribuição social diferidos	0	5.491
Provisão para litígios e demandas judiciais	32.103	30.380
(Aumento) redução nos ativos operacionais:		
Contas a receber de clientes	43.012	6.117
Estoques	121.392	-86.923
Tributos a recuperar	17.936	-67.898
Depósitos judiciais	-2.403	-12.070
Outros créditos	-21.691	-11.463

Fluxo de Caixa Consolidado (continuação)

R$ MIL	9M26	9M25
Aumento (redução) nos passivos operacionais:		
Fornecedores	-42.357	-25.641
Outras obrigações - risco sacado	247.901	47.527
Tributos a recolher e parcelamentos	39.221	36.047
Receita diferida	-730	-2.066
Salários, provisões e encargos sociais	-22.754	9.874
Partes relacionadas (passivo)	0	-490
Provisão para litígios e demandas judiciais	-14.030	-29.914
Aluguéis, condomínio e fundo de promoção a pagar	-7.069	-3.816
Outras obrigações	-49.504	2.796
Juros pagos	-104.878	-13.871
Caixa gerado pelas atividades operacionais	**141.539**	**-81.108**
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO		
Aquisição de imobilizado	-6.833	-6.216
Aquisição de ativo intangível	-15.072	-10.762
Títulos e valores mobiliários	1.171	-6.893
Caixa líquido aplicado nas atividades de investimento	**-20.734**	**-23.871**
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO		
Captação de empréstimos e financiamentos	550.012	265.017
Amortização de empréstimos e financiamentos	-400.020	-55.745
Amortização do passivo de arrendamento	-126.375	-143.316
Amortização de obrigações com risco sacado	-187.702	0
Ações em tesouraria	2.047	-850
Outros resultados abrangentes	842	0
Caixa líquido aplicado nas atividades de financiamento	**-161.196**	**65.106**
Aumento (redução) líquido no caixa e equivalentes de caixa	**-40.391**	**-39.873**
Caixa e equivalentes de caixa em 1 de janeiro	**47.990**	**92.052**
Caixa e equivalentes de caixa em 30 de setembro	**7.599**	**52.179**

marisa

Muito mais do que uma das maiores redes de moda feminina do Brasil, somos uma Empresa que está no momento de consolidação do plano estratégico desenhado há dois anos. 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, com o propósito claro de vestir sonhos e fortalecer conquistas.

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 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.



Relações com Investidores

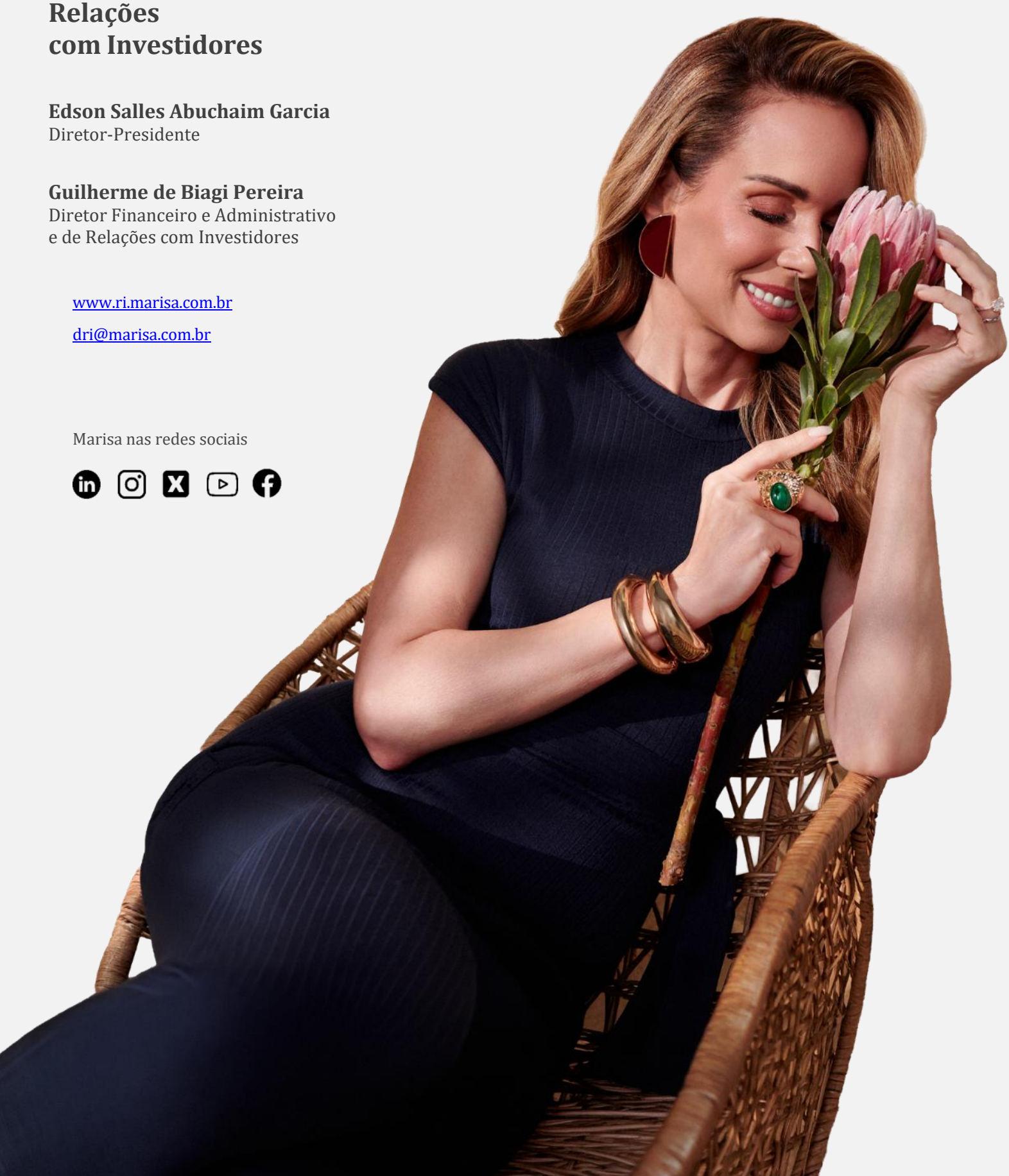
Edson Salles Abuchaim Garcia
Diretor-Presidente

Guilherme de Biagi Pereira
Diretor Financeiro e Administrativo
e de Relações com Investidores

www.ri.marisa.com.br

dri@marisa.com.br

Marisa nas redes sociais



marisa

EARNINGS RELEASE 3Q26



Conference Call

November 13th, 2026
9H00 (Brazil time)

Access o webcast here.

HIGHLIGHTS 3Q26

(vs. 3Q25)



63.0% GROWTH IN RECURRING POST-IFRS 16 SAME-STORE RETAIL EBITDA, WITH A 4.9 PERCENTAGE POINT INCREASE IN MARGIN.



35.8% IMPROVEMENT IN RECURRING CONSOLIDATED NET INCOME.



1.1% INCREASE IN SAME-STORE NET REVENUE, WITH 11.7% GROWTH IN THE CHILDREN'S CATEGORY AND 11.6% IN THE MEN'S CATEGORY.



0.6% GROWTH IN SAME-STORE GROSS PROFIT, WITH 20.7% GROWTH IN THE CHILDREN'S CATEGORY AND 12.4% IN THE MEN'S CATEGORY.



21.0% INCREASE IN INVENTORY TURNOVER AND 15.6% REDUCTION IN AVERAGE INVENTORY DURING THE PERIOD.



66.0% INCREASE IN SHIP FROM STORE REVENUE, REPRESENTING 50.0% OF DIGITAL CHANNEL SALES.



14.1% REDUCTION IN CONSOLIDATED SELLING, GENERAL AND ADMINISTRATIVE EXPENSES (SG&A).



EXTENSION OF THE DEBT MATURITY PROFILE: 66.0% OF DEBT MATURING IN THE LONG TERM, COMPARED TO 41.0% AS OF DECEMBER 31, 2025.



13.0% GROWTH IN THE TOTAL NUMBER OF ACTIVE MARISA CARDS PER STORE. THE CARD ACCOUNTED FOR 26.8% OF QUARTERLY SALES.



2.2 PERCENTAGE POINT REDUCTION IN CHURN BETWEEN JULY AND SEPTEMBER.



RECORD OVERALL NPS OF 90 POINTS, UP 44 POINTS.

MANAGEMENT MESSAGE

In the third quarter of 2026, we continued to advance our purpose of bringing fashion to Brazilian families, offering products that combine the latest trends, quality and excellent value for money. We strengthened our relationships with our customers, improved operational efficiency and continued to expand our value proposition by combining style, convenience and credit. Against a more challenging retail backdrop, we delivered progress in operating performance, with a significant **63.0%** increase in recurring Post-IFRS 16 same-store Retail EBITDA, a **14.1%** reduction in consolidated expenses and a **35.8%** improvement in recurring consolidated net income.

Fashion that appeals not only to women, but to their entire families. During the quarter, same-store sales in the Children's and Men's categories grew by **11.7%** and **11.6%**, respectively, compared to 3Q25. We continued to refine our product assortment to offer the right combination of fashion, quality, variety and fair prices, strengthening our ability to meet our customers' preferences and expanding our presence across different consumption occasions for Brazilian families. These efforts contributed to a **44** points increase in NPS compared to 3Q25, as well as a **2.2** percentage point reduction in churn between July and September.

Stronger connections with our customers. We are continuously strengthening our relationships with our customers, gaining a deeper understanding of their shopping habits and the attributes they value most in their shopping experience. To this end, we intensified our customer engagement initiatives to encourage repeat purchases and build loyalty. CRM participation increased by approximately **3.0** percentage points, supported by the implementation of new engagement strategies and customer journeys that contributed to revenue growth. NPS reached **90** points, reflecting the high level of customer satisfaction and willingness to recommend Marisa. Through research and active listening, we have deepened our understanding of our customers' behaviors, desires and expectations. Qualitative and quantitative research has enabled us to build a knowledge base that supports more informed decisions and helps us continuously improve the shopping experience.

Omnichannel Strategy Drives Growth. We integrated our physical stores and digital channels to make the shopping journey more convenient and expand sales opportunities. During the quarter, Ship from Store sales grew **66.0%,** accounting for **50.0%** of digital sales, enabling better use of store inventory and greater product availability for our customers. This experience will be further enhanced by our new e-commerce platform, scheduled to go live by year-end. More modern and flexible, it will simplify navigation, product searches and checkout, reduce infrastructure costs and facilitate integration with partners and marketplaces. These improvements will strengthen our ability to serve customers wherever and however they choose to shop, further reinforcing our omnichannel strategy.

More Credit, Higher Average Ticket. The Marisa Card strengthens our value proposition by offering customers a convenient payment alternative and access to credit. Customers who hold the card spend, on average, twice as much as those who do not. During the quarter, the card accounted for **26.8%** of total sales, while the active card base per store grew **13.0%**.

Greater Intelligence in Planning, Allocation and Sales. We have been investing in new technologies to enhance our planning and supply processes. The benefits of this transformation are already beginning to emerge in our inventory performance indicators. An important milestone during the quarter was the launch of a pioneering project that will integrate four strategic pillars into a single platform: demand forecasting, assortment planning, allocation and pricing. This initiative will expand our analytical capabilities and provide deeper insights into the consumption potential of each market. With a better understanding of regional demand, we will be able to define more appropriate assortments, allocate products to stores with greater sales potential, improve replenishment and make pricing and markdown strategies more effective. As a result, we expect to further increase sales, accelerate inventory turnover and reduce capital invested in inventory, supporting margin improvement and, consequently, greater profitability.

MANAGEMENT MESSAGE

Results That Reflect Our Transformation. We recorded **1.1%** growth in same-store sales amid a more challenging retail environment. The quarter's performance reflected different dynamics across the three months. In July, sales were affected by the FIFA World Cup, which impacted customer traffic in our stores. We estimate that sales would have been even stronger without the impact of the matches. In August, same-store revenue increased **7.0%**, driven primarily by Father's Day initiatives. In September, growth reached **4.0%**, supported by the launch of our summer collection and the start of Children's Day campaigns. Lower temperatures across the South and Southeast regions throughout the month prevented an even stronger performance in September. Among the categories, the strategic Men's and Children's segments stood out, with same-store sales growth of **11.6%** and **11.7%**, respectively, compared to 3Q25. Complementing our value proposition, the Marisa Card accounted for **26.8%** of total sales during the period. We also continued to make progress in inventory management. Improvements in planning, product selection, replenishment and distribution processes increased inventory turnover by **21.0%** and reduced average inventory by **15.6%** compared to 3Q25. Our disciplined approach to cost management was also reflected in quarterly expenses. On a consolidated basis, selling, general and administrative expenses decreased **14.1%** year over year. As a result, recurring Post-IFRS 16 same-store Retail EBITDA grew **63.0%**, with a **4.9** percentage point expansion in margin. Recurring consolidated net income improved **35.8%** compared to 3Q25, reflecting a **R$14.5** million increase in recurring consolidated operating income, which moved from a loss of R$4.5 million in 3Q25 to positive income of R$10.0 million in 3Q26. This result demonstrates the progress achieved in our transformation journey.

São Paulo, November 12th, 2026
Edson Garcia
CEO

FINANCIAL PERFORMANCE



INTRODUCTION

We also present our key retail performance indicators on a same-store basis. This approach provides a more accurate assessment of our operating performance by considering only stores that were in operation during the same period of the previous year. This gives shareholders and the market a clearer view of Marisa's business performance and results generation.

SAME-STORE RETAIL RESULTS

R$ THOUSAND	3Q26	3Q25	Change	9M26	9M25	Change
NET REVENUE – Same-store retail[1]	306,348	303,047	1.1%	960,217	953,473	0.7%
GROSS PROFIT – Same-store retail	137,312	136,539	0.6%	454,529	450,551	0.9%
GROSS MARGIN – Same-store retail	44.8%	45.1%	-0.3 p.p.	47.3%	47.3%	0 p.p.
RECURRING NET RESULT – Same-store retail	-70,535	-91,819	23.2%	-237,665	-264,555	10.2%
EBITDA POST-IFRS 16 RECURRING SAME-STORE RETAIL[2]	**39,601**	**24,289**	**63.0%**	**135,351**	**101,798**	**33.0%**
EBITDA MARGIN POST-IFRS 16 RECURRING SAME-STORE RETAIL[2]	**12.9%**	**8.0%**	**4.9 p.p.**	**14.1%**	**10.7%**	**3.4 p.p.**

1. **Same-store retail figures refer to sales from stores that have been operating for more than 12 months, compared with prior year.**
2. **Recurring figures refer to retail results excluding primarily extraordinary tax credits recognized in both period**

CONSOLIDATED INCOME STATEMENT

R$ THOUSAND	3Q26	3Q25	Change	9M26	9M25	Change
NET REVENUE	**325,794**	**332,752**	**-2.1%**	**998,482**	**1,025,135**	**-2.6%**
Cost of goods sold	-162,629	-162,273	-0.2%	-486,089	-488,728	0.5%
GROSS PROFIT	**163,165**	**170,479**	**-4.3%**	**512,393**	**536,407**	**-4.5%**
Gross margin	50.1%	51.2%	-1.1 p.p.	51.3%	52.3%	-1.0 p.p.
Selling expenses	-89,264	-105,304	15.2%	-301,768	-319,377	5.5%
General and administrative expenses	-31,054	-34,785	10.7%	-101,809	-117,095	13.1%
SG&A/Net revenue	36.9%	42.1%	-5.2 p.p.	40.4%	42.6%	-2.2 p.p
Depreciation and amortization	-34,522	-39,514	12.6%	-107,300	-127,549	15.9%
Other operating revenues (expenses), net	9,708	71,540	-86.4%	48,225	199,580	-75.8%
OPERATING RESULT	**18,033**	**62,416**	**-71,1%**	**49,741**	**171,966**	**-71,0%**
RECURRING CONSOLIDATED OPERATING RESULT(1)	**10,020**	**-4,482**	**n/a**	**39,214**	**-9,684**	**n/a**
Financial expenses	-91,584	-99,748	8.2%	-331,052	-297,636	-11.2%
Financial revenues	14,781	49,842	-70.3%	59,915	141,502	-57.7%
RESULTS BEFORE TAXES	**-58,770**	**12,510**	**n/a**	**-221,396**	**15,832**	**n/a**
Income tax and social contribution	5,875	-6,671	n/a	4,311	-5,523	n/a
NET RESULT	**-52,895**	**5,839**	**n/a**	**-217,085**	**10,309**	**n/a**
Net margin	n/a	1.8%	n/a	n/a	1.0%	n/a
RECURRING CONSOLIDATED NET RESULT (1)	**-60,908**	**-94,850**	**35.8%**	**-227,612**	**-273,428**	**16.8%**
CONSOLIDATED EBITDA POST-IFRS16	**52,555**	**101,930**	**-48.4%**	**157,041**	**299,515**	**-47.6%**
CONSOLIDATED EBITDA POST-IFRS16 MARGIN	**16.1%**	**30.6%**	**-14.5 p.p.**	**15.7%**	**29.2%**	**-13.5 p.p.**
RECURRING CONSOLIDATED EBITDA POST-IFRS16 (1)	**44,542**	**35,032**	**27.1%**	**146,514**	**117,865**	**24.3%**
RECURRING CONSOLIDATED EBITDA POST-IFRS16 MARGIN(1)	**13.7%**	**10.5%**	**3.2 p.p.**	**14.7%**	**11.5%**	**3.2 p.p.**

1. Recurring figures exclude primarily extraordinary tax credits recognized in both periods.

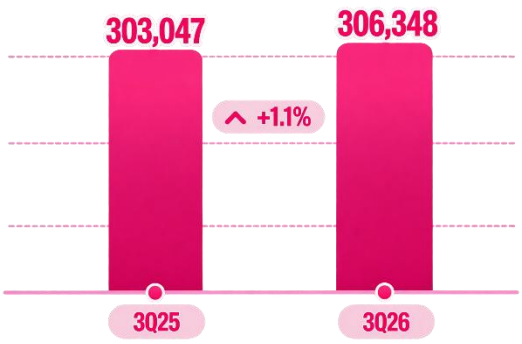
SAME-STORE RETAIL NET REVENUE

"Performance Driven by Strategic Product Categories During the Quarter"

Same-store retail net revenue grew 1.1% in 3Q26. In July, sales were impacted by the FIFA World Cup; excluding this effect, estimated growth would have been even stronger. In August, same-store revenue increased 7.0%, driven by Father's Day initiatives. In September, growth reached 4.0%, supported by the launch of the summer collection and the start of Children's Day campaigns, although lower temperatures in the South and Southeast regions limited an even stronger performance. Among the product categories, Children's and Men's stood out, with growth of 11.7% and 11.6%, respectively, compared to 3Q25. The Marisa Card accounted for 26.8% of total sales during the period.

SAME-STORE RETAIL NET REVENUE

(R$ thousand)



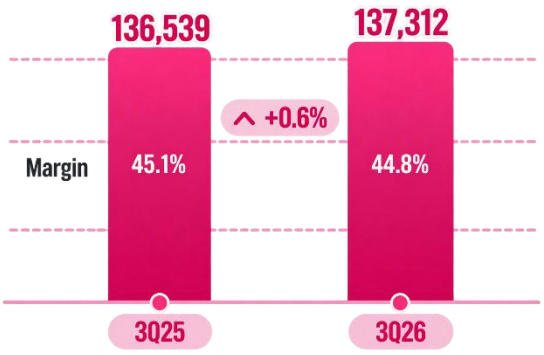
SAME-STORE RETAIL GROSS PROFIT AND MARGIN

"An Attractive Promotional Calendar Supports the Profitability of Strategic Categories"

We closed the quarter with gross profit of R$137.3 million and a 44.8% gross margin in same-store retail, in line with the figures reported in 3Q25. In July, lower sales volumes and winter clearance markdowns put pressure on margins. In contrast, August and September benefited from new collection launches and Father's Day and Children's Day campaigns, supporting a recovery in profitability. In this context, same-store gross profit in the Children's category was 20.7% higher than in 3Q25, while the Men's category recorded 12.4% growth.

SAME-STORE RETAIL GROSS PROFIT AND MARGIN

(R$ thousand)



CONSOLIDATED SELLING, GENERAL AND ADMINISTRATIVE EXPENSES

"Cost Discipline Strengthens Profitability"

Consolidated selling, general and administrative expenses totaled R$120.3 million in 3Q26, a 14.1% reduction compared to 3Q25. As a percentage of net revenue, they accounted for 36.9%, down 5.2 percentage points year over year. This performance reflects progress in simplifying the Company's operating structure and greater discipline in expense management. Over recent quarters, we have reviewed processes, contracts and organizational structures to align operations with Marisa's current needs and improve efficiency. At the store level, network optimization and adjustments to our store portfolio reduced occupancy expenses, utilities and other recurring costs, resulting in a 15.2% decrease in selling expenses compared to 3Q25. At the corporate level, the review of processes, contracts and services contributed to a 10.7% reduction in administrative expenses over the same period.

CONSOLIDATED OTHER OPERATING REVENUES(EXPENSES)

The consolidated other operating revenues (expenses) line recorded a positive balance of R$9.7 million in 3Q26. It is worth noting that, throughout 2025, we recognized non-recurring tax credits, which explains the variation in this line compared to the same period of the previous year.

EBITDA POST-IFRS16

"Greater Profitability Through a More Efficient Operation"

The initiatives implemented over recent quarters have contributed to improve Post-IFRS 16 EBITDA. Sales growth and disciplined expense management have resulted in a more efficient and profitable operation. As a result, recurring Post-IFRS 16 same-store Retail EBITDA reached R$39.6 million in the quarter, representing 63.0% growth compared to 3Q25. EBITDA margin expanded by 4.9 percentage points. On a consolidated basis, recurring Post-IFRS 16 EBITDA was 27.1% higher than in 3Q25, with a 3.2 percentage point increase in margin. The quarter's performance reinforces a consistent trend throughout the year. In the first nine months of 2026, recurring Post-IFRS 16 same-store retail EBITDA totaled R$135.3 million, up 33.0% compared to the same period in 2025, while EBITDA margin reached 14.1%, an expansion of 3.4 percentage points. The same trend was observed in recurring consolidated Post-IFRS 16 EBITDA for the nine-month period, which increased 24.3%, with a further 3.2 percentage point expansion in margin.

POST-IFRS 16 EBITDA RECONCILIATION RECURRING SAME-STORE RETAIL

R$ THOUSAND	3Q26	3Q25	Change	9M26	9M25	Change
Net result – Same-store retail	-62,382	16,633	n/a	-226,284	5,044	n/a
Taxes – Same-store retail	-6	13	n/a	9	32	-70.4%
Net financial result – Same-store retail	75,885	77,015	-1.5%	226,618	237,087	-12.5%
Depreciation – Same-store retail	34,257	39,080	-12.3%	106,389	129,234	-17.7%
Non-recurring others	-8,153	-108,452	92.5%	-11,381	-269,599	95.8%
EBITDA POST-IFRS 16 RECURRING SAME-STORE RETAIL	**39,601**	**24,289**	**63.0%**	**135,351**	**101,798**	**33.0%**
EBITDA POST-IFRS 16 MARGIN RECURRING SAME-STORE RETAIL	**12.9%**	**8.0%**	**4.9 p.p.**	**14.1%**	**10.7%**	**3.4 p.p.**

POST-IFRS16 EBITDA RECONCILIATION - CONSOLIDATED

R$ THOUSAND	3Q26	3Q25	Change	9M26	9M25	Change
Net result – Consolidated	-52,895	5,839	n/a	-217,085	10,309	n/a
Taxes – Consolidated	-5,875	6,671	n/a	-4,311	5,523	n/a
Net financial result – Consolidated	76,803	49,906	53.9%	271,137	156,134	73.7%
Depreciation – Consolidated	34,522	39,514	-12.6%	107,300	127,549	-15.9%
EBITDA POST-IFRS 16 CONSOLIDATED	**52,555**	**101,930**	**-48.4%**	**157,041**	**299,515**	**-47.6%**
EBITDA PÓS-IFRS 16 MARGIN CONSOLIDATED	**16.1%**	**30.6%**	**-14.5 p.p.**	**15.7%**	**29.2%**	**-13.5 p.p.**
EBITDA POST-IFRS 16 RECURRING CONSOLIDATED	**44,542**	**35,032**	**27.1%**	**146,514**	**117,865**	**24.3%**
EBITDA POST-IFRS 16 MARGIN RECURRING CONSOLIDATED	**13.7%**	**10.5%**	**3.2 p.p.**	**14.7%**	**11.5%**	**3.2 p.p.**

CONSOLIDATED NET FINANCIAL RESULT

It recorded a 53.9% change during the quarter, mainly due to lower financial income resulting from a smaller monetary adjustment related to tax credits.

R$ THOUSAND	3Q26	3Q25	Change	9M26	9M25	Change
Financial expenses - Consolidated	-91,584	-99,748	8.2%	-331,052	-297,636	-11.2%
Financial revenues - Consolidated	14,781	49,842	-70.3%	59,915	141,502	-57.7%
NET FINANCIAL RESULT CONSOLIDATED	**-76,803**	**-49,906**	**-53.9%**	**-271,137**	**-156,134**	**-73.7%**

RECURRING CONSOLIDATED NET RESULT

It improved by 35.8% compared to 3Q25, reflecting a R$14.5 million increase in recurring consolidated operating result. These results underscore the progress we are making in our transformation journey. Over the first nine months of the year, the improvement reached 16.8%.

R$ THOUSAND	3Q26	3Q25	Change	9M26	9M25	Change
NET RESULT	**-52,895**	**5,839**	**n/a**	**-217,085**	**10,309**	**n/a**
EXTRAORDINARY TAX CREDITS	**-8,013**	**-100,689**	**92.0%**	**-10,527**	**-283,737**	**96.3%**
NET RESULT RECURRING CONSOLIDATED	**-60,908**	**-94,850**	**35.8%**	**-227,612**	**-273,428**	**16.8%**

CONSOLIDATED NET DEBT

We made further progress in extending the debt maturity profile, lengthening repayment terms and reducing the concentration of short-term obligations. As of September 30, 2026, 66.0% of Marisa's debt was due in the long term, compared to 41.0% at year-end 2025.

R$ THOUSAND	09/30/2026	12/31/2025	Change
(+) Loans and financing – Short term	161,141	198,773	-18.9%
(+) Loans and financing – Long term	306,816	138,398	121.7%
(-) Cash	18,295	59,857	-69.4%
(=) Consolidated net debt	449,662	277,314	62.1%
Net debt/Consolidated EBITDA LTM	**2.0 x**	**0.8 x**	-

CAPEX

Capital expenditures (Capex) totaled R$5.4 million in 3Q26, primarily allocated to technology and initiatives aimed at increasing operational efficiency, supporting sales growth, and enhancing the customer experience. Investments were directed mainly toward analytical solutions, supply chain integration, CRM, and the enhancement of digital platforms. Among these initiatives, a key highlight is the integration of demand forecasting, assortment planning, allocation, and pricing into a single platform, supported by technology and data intelligence. These initiatives are designed to further increase sales, accelerate product turnover, and reduce capital invested in inventory, thereby improving the Company's margins and profitability.

R$ THOUSAND	3Q26	3Q25	Change	9M26	9M25	Change
IT	4,705	4,908	-4.1%	12,972	9,429	37.6%
Operations	579	257	125.3%	978	2,050	-52,3%
Engeneering	120	1,192	-89.9%	484	4,555	-89.4%
CAPEX	**5,404**	**6,357**	**-15.0%**	**14,434**	**16,034**	**-10.0%**

ANEXES

Consolidated Balance Sheet
Consolidated Income Statement
Consolidated Cash Flow



Consolidated Balance Sheet

ASSETS R$ THOUSAND	09/30/2026	12/31/2025
CURRENT		
Cash and cash equivalents	7,599	47,990
Accounts receivable	15,583	58,595
Inventories	227,130	259,732
Recoverable taxes	177,850	157,240
Other current credits	53,259	41,616
TOTAL CURRENT ASSETS	**481,421**	**565,173**
NON-CURRENT		
Marketable securities	10,696	11,867
Recoverable taxes	848,709	887,255
Other non-current assets	20,084	10,036
Income tax and social contribution	60,398	55,802
Judicial deposits	50,756	48,353
Right-of-use assets	336,283	401,100
Property, plant and equipment	39,836	43,671
Intangible assets	37,925	33,556
TOTAL NON-CURRENT ASSETS	**1,404,687**	**1,491,640**
TOTAL ASSETS	**1,886,108**	**2,056,813**

Consolidated Balance Sheet (cont.)

LIABILITIES AND STOCKHOLDERS' EQUITY R$ THOUSAND	09/30/2026	12/31/2025
CIRCULANTE		
Loans and financing	161,141	198,773
Suppliers	228,697	268,589
Partner suppliers	110,695	52,961
Leasing liabilities	92,741	98,755
Salaries, provisions and payroll-related liabilities	40,234	62,988
Taxes payable	132,373	161,209
Rentals	12,224	19,293
Income tax and social contribution	904	44
Deferred revenues	4,511	4,949
Other liabilities	10,566	58,374
TOTAL CURRENT LIABILITIES	**794,086**	**925,935**
NON-CURRENT		
Loans and financing	306,816	138,398
Leasing liabilities	300,997	369,657
Legal provisions	184,387	166,314
Deferred revenues	94,751	95,043
Taxes payable	192,914	125,717
Other liabilities	9,896	11,592
TOTAL NON-CURRENT LIABILITIES	**1,089,761**	**906,721**
STOCKHOLDERS' EQUITY		
Share capital	2,312,159	2,312,159
Teasury stock	-45	-2,092
Stock options reserve	318	8,018
Other comprehensive income	-281	-1,123
Retained earnings	-2,309,890	-2,092,805
TOTAL STOCKHOLDERS' EQUITY	**2,261**	**224,157**
TOTAL LIABILITIES AND STOCKHOLDERS' EQUITY	**1,886,108**	**2,056,813**

CONSOLIDATED INCOME STATEMENT

R$ THOUSAND	3Q26	3Q25	Change	9M26	9M25	Change
NET REVENUE	**325,794**	**332,752**	**-2.1%**	**998,482**	**1,025,135**	**-2.6%**
Cost of goods sold	-162,629	-162,273	-0.2%	-486,089	-488,728	0.5%
GROSS PROFIT	**163,165**	**170,479**	**-4.3%**	**512,393**	**536,407**	**-4.5%**
Gross margin	50.1%	51.2%	-1.1 p.p.	51.3%	52.3%	-1.0 p.p.
Selling expenses	-89,264	-105,304	15.2%	-301,768	-319,377	5.5%
General and administrative expenses	-31,054	-34,785	10.7%	-101,809	-117,095	13.1%
SG&A/Net revenue	36.9%	42.1%	-5.2 p.p.	40.4%	42.6%	-2.2 p.p
Depreciation and amortization	-34,522	-39,514	12.6%	-107,300	-127,549	15.9%
Other operating revenues (expenses), net	9,708	71,540	-86.4%	48,225	199,580	-75.8%
OPERATING RESULT	**18,033**	**62,416**	**-71,1%**	**49,741**	**171,966**	**-71,0%**
RECURRING CONSOLIDATED OPERATING RESULT(1)	**10,020**	**-4,482**	**n/a**	**39,214**	**-9,684**	**n/a**
Financial expenses	-91,584	-99,748	8.2%	-331,052	-297,636	-11.2%
Financial revenues	14,781	49,842	-70.3%	59,915	141,502	-57.7%
RESULTS BEFORE TAXES	**-58,770**	**12,510**	**n/a**	**-221,396**	**15,832**	**n/a**
Income tax and social contribution	5,875	-6,671	n/a	4,311	-5,523	n/a
NET RESULT	**-52,895**	**5,839**	**n/a**	**-217,085**	**10,309**	**n/a**
Net margin	n/a	1.8%	n/a	n/a	1.0%	n/a
RECURRING CONSOLIDATED NET RESULT (1)	**-60,908**	**-94,850**	**35.8%**	**-227,612**	**-273,428**	**16.8%**
CONSOLIDATED EBITDA POST-IFRS16	**52,555**	**101,930**	**-48.4%**	**157,041**	**299,515**	**-47.6%**
CONSOLIDATED EBITDA POST-IFRS16 MARGIN	**16.1%**	**30.6%**	**-14.5 p.p.**	**15.7%**	**29.2%**	**-13.5 p.p.**
RECURRING CONSOLIDATED EBITDA POST-IFRS16 (1)	**44,542**	**35,032**	**27.1%**	**146,514**	**117,865**	**24.3%**
RECURRING CONSOLIDATED EBITDA POST-IFRS16 MARGIN(1)	**13.7%**	**10.5%**	**3.2 p.p.**	**14.7%**	**11.5%**	**3.2 p.p.**

1. Recurring figures exclude primarily extraordinary tax credits recognized in both periods.

Consolited Cash Flow

R$ THOUSAND	9M26	9M25
CASH FLOW FROM OPERATING ACTIVITIES		
Net result	-217,085	10,309
Adjustments to reconcile net income to net cash provides by operating activities		
Depreciation and amortization	20,201	37,709
Depreciation o right-of-use assets	82,239	89,839
Residual carrying amount of property, plant and equipment and intangible assets written of	1,170	-12,195
Provision for inventory losses and present value adjustment	-88,790	22,688
Accrued interest on lease liabilities	57,763	64,537
Residual carrying amount of terminated lease contracts	-23,484	-196
Stock option plan	-7,700	1,361
Finance charges and foreign exchange gains (losses) on loan balances	85,672	27,774
Recovery of PIS and COFINS on marketing expenditures	0	-22,398
Recovery of PIS and COFINS on sales returns and gross-up adjustment related to the ICMS exclusion	0	-137,470
Recovery of PIS and COFINS of previous years	-4,596	-47,146
Deferred income tax and social contribution	0	5,491
Provision for legal claims and litigation	32,103	30,380
(Increase) decrease in operating assets		
Accounts receivable	43,012	6,117
Inventories	121,392	-86,923
Recoverable taxes	17,936	-67,898
Judicial deposits	-2,403	-12,070
Other credits	-21,691	-11,463

Fluxo de Caixa Consolidado (continuação)

R$ MIL	9M26	9M25
Increase (decrease) in operating liabilities		
Suppliers	-42,357	-25,641
Other liabilities – supplier finance arrangement	247,901	47,527
Taxes payable	39,221	36,047
Deferred income	-730	-2,066
Salaries, provisions and social charges	-22,754	9,874
Related parties (liabilities)	0	-490
Provisions for legal claims and litigation	-14,030	-29,914
Rentals	-7,069	-3,816
Other obligations	-49,504	2,796
Interest paid	-104,878	-13,871
Net cash provides by operating activities	**141,539**	**-81,108**
CASH FLOW FROM INVESTING ACTIVITIES		
Acquisition of property, plant and equipment	-6,833	-6,216
Acquisition of untangible assets	-15,072	-10,762
Marketable securities	1,171	-6,893
Net cash used in investing activities	**-20,734**	**-23,871**
CASH FLOW FROM FINANCING ACTIVITIES		
Proceeds from loans and borrowings	550,012	265,017
Repaiment of loans and borrowings	-400,020	-55,745
Repaiment of lease liabilities	-126,375	-143,316
Repayment of supplier finance obligations	-187,702	0
Teasury shares	2,047	-850
Other comprehensive income	842	0
Net cash used in financing activities	**-161,196**	**65,106**
Net increase (decrease) in cash and cash equivalents	**-40,391**	**-39,873**
Cash and cash equivalents on January 1st	**47,990**	**92,052**
Cash and cash equivalents on September 30th	**7,599**	**52,179**

marisa

More than one of Brazil's largest women's fashion retailers, we are a company focused on consolidating the strategic plan designed two years ago. Our commitment is to Brazilian women, the protagonists of our story, and to their families. We offer accessible, contemporary fashion with purpose and meaning, guided by a clear mission: to dress dreams and strengthen achievements.

Since 1948, when Bernardo Goldfarb began this journey, we have continued to evolve with boldness, simplicity, and an ownership mindset. Today, we reaffirm our mission: to build a close and meaningful relationship with women, providing them and their families with access to fashion that delivers value for money, whenever and wherever they choose.

Our strategy puts women at the center of everything we do. This is reflected in a product assortment that better meets their needs and desires, a more welcoming visual presentation, and solutions that go beyond fashion, including 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 for accessible fashion for Brazilian women and their families. We invest in technology and innovation through tools that make the shopping experience faster, more integrated, and more convenient.

Our values — Putting Women at the Center, Warmth and Care, Integration, Respect, Simplicity, and an Ownership Mindset — guide every decision, every collection, and every interaction.

With consistency and passion, we are building a brand that represents, welcomes, and empowers women. A brand that understands fashion as a means of self-expression, self-esteem and achievement.



marisa

Investor Relations

Edson Salles Abuchaim Garcia
CEO

Guilherme de Biagi Pereira
CFO and IR Director

www.ri.marisa.com.br

dri@marisa.com.br

Marisa at social medias

