



ALPARGATAS

Divulgação de Resultados – 2T25

VIDEOCONFERÊNCIA
08 de agosto de 2025 | Sexta-feira

Português
09:00 (BRT) | 08:00 (EST)
Tradução simultânea para inglês

[Acesso ao Zoom](#)

Mensagem da Administração

Onda Três

Desde o início da jornada de recuperação da Companhia, deixamos claro que nossa primeira onda de ajustes seria a recuperação da geração de caixa e o foco na disciplina financeira. Na sequência, precisamos restabelecer a escala e estabilidade da operação do Brasil, que seria um importante viabilizador dos passos que se seguiriam. E naquela oportunidade definimos como terceira onda de prioridades a retomada de nossa escala e rentabilidade na operação internacional, o que exigiria, entre outras coisas, ajustes operacionais e a retomada de volume na Europa, a mudança de modelo de negócios nos Estados Unidos e maior foco e aumento de rentabilidade nos mercados distribuidores. Embora ainda estejamos distantes do lugar que queremos em nossa atuação internacional, acreditamos que este 2T25 nos permite ver alguns passos importantes na direção em que pretendemos seguir.

Neste primeiro semestre de 2025, entramos em um ciclo que entendemos mais normalizado de gestão do negócio — resultado das transformações estruturais iniciadas em meados de 2023. Este momento representa uma etapa importante nessa trajetória, em que o foco deixa de ser apenas a correção de distorções e passa a ser a consolidação de algumas práticas e modelos de gestão que vêm nos trazendo de volta ao trilho. É fundamental garantir que os ganhos obtidos até aqui não se percam e que os avanços conquistados continuem evoluindo com consistência ao longo do tempo. Com base nos avanços já implementados, a Companhia manteve o foco na execução disciplinada de sua estratégia, consolidando ganhos em competitividade, eficiência e geração de valor.

O desempenho do 2T25 representa uma evolução natural desse processo: um trimestre que combina os efeitos de decisões táticas pontuais — como a antecipação de vendas no Brasil, no 1T25 — com sinais mais nítidos dos benefícios gerados por medidas estruturais, especialmente, como dissemos, na operação internacional e na contínua gestão de custos e disciplina no controle de despesas.

O **volume total de pares vendidos atingiu 49 milhões**, uma **queda de 6%** e a **Receita Líquida da operação consolidada da marca Havaianas no trimestre foi de R\$ 1.090 milhões, expansão de 8%**, ambos comparados ao mesmo período do ano anterior. A retração do volume de *sell-in* observada reflete os efeitos da antecipação de vendas feita no 1T25 com o objetivo de evitarmos as históricas retrações de *market-share* ocorridas nos segundos trimestres, quando ocorre a comunicação da nova coleção. A acomodação do volume de pares no 1S25 demonstra a diligência da companhia em seguir monitorando de perto a dinâmica de *sell-out*, para garantir que as correções sejam feitas de forma rápida, sem trazer volatilidades e distorções para o abastecimento da cadeia no médio e longo prazo, postura que manteremos nos próximos trimestres.

Como consequência da decisão de rebalancear os estoques entre o primeiro e o segundo trimestre do ano, a Havaianas retomou a tendência de ganho de mercado, atingindo um **market-share no canal alimentar de 77% ao final de junho**, com ganhos sequenciais contra o ano anterior, mês a mês, desde o início do ano, principalmente nos canais modernos, que contemplam os *cash and carry* e grandes redes de supermercado, canais de grande relevância e altas taxas de crescimento.

Temos dedicado também boa parte de nossa atenção a implementar nossa agenda de melhorias operacionais no Brasil. Temos visto uma gradual evolução em nossos *capabilities* operacionais, com nosso nível de serviço no Brasil, medido pelo **OTIF** (percentual de entregas feitas no prazo e completas), tendo **atingido 79%, ao final de junho**. Além disso, temos conseguido melhor efetividade de nosso processo de S&OP, garantindo maior sincronização entre produção, distribuição e ações comerciais e de marketing, o que contribui também para uma melhor gestão de estoques e menor nível de baixas ou descontos. Quanto à disciplina na alocação de capital, o 2T25 reflete o ciclo mais normalizado, com **consumo de R\$ 56 milhões em caixa**, pela normalidade da dinâmica de capital de giro, bem como pela retomada do fluxo de pagamento de dividendos e incentivos de curto prazo.

Mensagem da Administração

Assim, no período, tivemos o consumo de R\$ 104 milhões em capital de giro, principalmente pelo aumento na conta de clientes, refletindo o período de vendas da operação internacional e a recomposição do nível de estoque, tanto de matérias primas, quanto de produtos acabados. Tradicionalmente, os segundos trimestres apresentam essa dinâmica de capital de giro pelas vendas da Europa e consumo de caixa pela recomposição de estoque.

Pudemos ao longo do trimestre avançar na implementação de nossos projetos prioritários, **investindo R\$ 55 milhões no período**, em linha com o plano previsto no orçamento de capital de R\$220 milhões para o ano. Entendemos que o plano de investimentos previsto para 2025 é focado em projetos essenciais para o negócio e segue governança de aprovações, de forma a garantir o bom equilíbrio entre as oportunidades de investimentos e a disciplina no uso dos recursos.

No 2T25, efetuamos o **pré-pagamento de R\$178 milhões da dívida** lastreada em exportação que tínhamos com o BNDES, com custo de CDI + 1,40%. Dada nossa posição confortável de liquidez, esse movimento reduz o custo do carregamento da dívida sem comprometer nossa solidez. Entendemos ter acesso amplo ao mercado de crédito a custos competitivos se necessário e seguimos a trajetória de pré-pagamentos de certos instrumentos como forma de otimizar nosso perfil de endividamento. Como consequência de nosso retorno a uma geração consistente de caixa, pudemos, nos últimos 18 meses, **pagar antecipadamente um total de cerca de R\$ 928 milhões em instrumentos**, sem incorrer em custos relevantes de saída. Ao final do período mantivemos nossa posição de caixa líquido, com alavancagem de -0,3x Caixa Líquido/EBITDA.

Como parte do trabalho de disciplina na alocação de capital, foi aprovada pelo Conselho de Administração e encaminhada para assembleia de acionistas a proposta de Redução de Capital no montante de R\$850 milhões. A proposta visa a aprimorar a estrutura de capital da Companhia, promovendo maior equilíbrio entre as fontes de recursos necessários para a implementação do plano de negócios e a estratégia de geração de valor aos acionistas e demais stakeholders, sem comprometer a capacidade de crescimento, de investimento e de cumprimento de obrigações contratuais e compromissos financeiros da Alpargatas. A Redução de Capital é uma medida compatível com a maior confiança na retomada consistente da capacidade da operação de gerar caixa e produzir resultados e também na maior disciplina financeira e de alocação de capital da Companhia.

Havaianas Brasil

No 2T25, observamos uma correção natural nos níveis de volume, em linha com a antecipação tática de vendas realizada no Brasil no primeiro trimestre. O volume de pares vendidos do período no Brasil foi de **42 milhões de pares**, portanto **5% menor que no 2T24**. Conforme esperado, a decisão de antecipar parte relevante do *sell-in* no início do ano teve como consequência uma desaceleração no volume no segundo trimestre, movimento que consideramos saudável para manter o equilíbrio entre *sell-in* e *sell-out* ao longo do semestre. Esse ajuste reflete nosso compromisso com uma gestão comercial disciplinada, focada em abastecimento adequado da cadeia, sem comprometer a dinâmica de giro ou pressionar estoques nos canais.

A **Receita líquida da operação nacional expandiu 6%** vs 2T24, como consequência do melhor mix de canais e categorias. Mesmo apesar da menor escala operacional, conseguimos expandir os níveis de margens, sustentados por ganhos de produtividade, simplificação do portfólio e alocação eficiente dos recursos de marketing e despesas operacionais. O destaque novamente foi para o desempenho dos canais especializados e DTC, que seguem ganhando tração e participação na venda total. Com isto, nossa **Margem Bruta** atingiu **46%**, um incremento relevante de 7 p.p., principalmente pelo efeito dos *write-offs* registrados no 2T24. Em bases comparáveis, a **Margem Bruta do Brasil** expandiu **2p.p.** A disciplina na execução e o foco na rentabilidade permitiram mitigar os efeitos da menor alavancagem operacional no período, garantindo consistência no desempenho financeiro.

Em linha com o desempenho de Margem Bruta e capturando também o efeito do controle mais rígido de despesas, a **Margem EBITDA** do período foi de **20%**, avanço de 9 p.p., vs 2T24. Em bases comparáveis, ou seja, desconsiderando os *write-offs* do 2T24, a expansão foi de **4 p.p.**

Mensagem da Administração

Esse resultado reforça a efetividade das medidas estruturais que temos implementado desde meados de 2023. A recomposição de escala produtiva, o avanço no nível de serviço e a maior integração entre planejamento, produção e execução comercial seguem como pilares centrais da nossa estratégia para o mercado brasileiro. Seguimos focados em equilibrar competitividade e rentabilidade, com decisões ancoradas no comportamento da ponta e na sustentação da marca no longo prazo.

Havaianas Internacional: onda três

Neste trimestre, já pudemos observar avanços importantes nas frentes que definimos como prioritárias no sentido de prepararmos nossas operações internacionais para um ciclo de crescimento rentável. Sabendo que ainda teremos que percorrer uma jornada de melhorias e retomada à frente, acreditamos que este 2T25 foi um período de consolidação de diversas melhorias operacionais e da retomada gradual da nossa competitividade, além de mudanças estratégicas fundamentais para nosso sucesso de longo prazo. É nesta frente que os efeitos das medidas mais estruturais implementadas ao longo dos últimos trimestres se tornam mais evidentes — em especial nos ganhos de rentabilidade, na recomposição da execução comercial e na disciplina da operação. Esses avanços reforçam nossa confiança de que estamos na direção certa, com uma trajetória de recuperação que, embora ainda em curso, começa a apresentar seus primeiros resultados.

A **Europa** manteve uma dinâmica positiva no 2T25, com **crescimento de 6% de volume e 18% de receita líquida**, vs 2T24. Na ponta seguimos com evolução do *sell-out* e maior estabilidade na operação comercial, reflexo entre outras coisas da melhoria logística implementada desde o final do ano passado. A recomposição do nível de serviço tem permitido maior previsibilidade nas entregas e maior engajamento com os clientes, o que tem favorecido a retomada de volumes nos canais estratégicos e sustentado boas perspectivas para o restante da alta temporada. Acreditamos que a volta de nossos investimentos em marketing na região, materializada através de colaborações e campanhas específicas, vem também revigorando a aspiracionalidade de nossa marca. Embora ainda cedo para avaliarmos o resultado final da temporada, vemos com bons olhos esse início de retomada de tração junto aos consumidores.

Nos **Estados Unidos**, demos um passo fundamental em direção à **mudança do modelo de negócios**, divulgada em maio. A transição para esta nova abordagem tem como principal objetivo resolver os desafios de rentabilidade da operação, com uma redução significativa do custo de servir, ao mesmo tempo em que abre espaço para buscarmos uma maior capilaridade de distribuição. Trata-se de uma evolução coerente com nossa ambição para o mercado americano — uma geografia em que enxergamos oportunidade relevante, desde que operada com foco, escala e consistência de marca.

Esta nova abordagem nos colocará em linha com um modelo mais consagrado e utilizado por diversas outras marcas, permitindo melhor equilíbrio entre nosso *topline* e o nível de despesas, mantendo conosco a gestão da marca Havaianas, mas alavancando nossa operação logística e nosso alcance comercial nas competências e estrutura de nosso novo parceiro. A implementação da transição para o novo modelo já está em curso, com efeito mais direto a partir da temporada de 2026, e representa uma “virada de chave” na forma como pretendemos gerar valor e desenvolver nossa marca no mercado americano.

Ao mesmo tempo que avançamos na transição do modelo, seguimos implementando melhorias no modelo atual, de forma a reduzir as perdas e melhorar a dinâmica de canais. No trimestre o **volume de pares no Estados Unidos foi 30% maior** que no 2T24, e a **receita líquida acelerou em 42%**, vs 2T24.

Nos **mercados operados por distribuidores** — incluindo Oriente Médio, África, Ásia-Pacífico e América Latina — enfrentamos, mais uma vez, efeitos da desestocagem iniciada em trimestres anteriores, sobretudo em APAC. Além desse efeito, mantivemos nossa estratégia de priorização de rentabilidade, sobretudo nos mercados de Latam, e de busca contínua por um modelo de atuação mais padronizado e rentável em todas as geografias. Ainda que o **volume de sell-in tenha recuado 31%**, seguimos priorizando a qualidade das margens e a coerência com as diretrizes comerciais definidas em nossa estratégia.

Mensagem da Administração

Na **operação internacional**, o trimestre foi marcado por ganhos operacionais e estratégicos relevantes, com maior disciplina de despesas. Como resultado, atingimos **Margem Bruta de 70%, +8p.p. vs 2T24** e **Margem EBITDA de 14%, +16 p.p.**, na comparação anual. O desempenho foi impulsionado principalmente por ganhos de eficiência logística, alavancagem operacional na Europa e Estados Unidos, em menor escala e efeito cambial, além de melhor mix de geografias.

Rothy's

Na Rothy's, seguimos observando resultados consistentes, com avanços sequenciais. Os lançamentos de produto no início do ano tiveram boa aceitação e contribuíram para o **crescimento da receita**, que **superou em 7% o resultado do mesmo período do ano anterior**. Os ganhos de eficiência fabril e a redução consistente dos custos de frete e distribuição — que já vinham sendo destaques em trimestres anteriores — seguiram contribuindo para a preservação da **margem bruta**, que **registrou 61%**, mesmo ligeiramente impactada em 2 p.p. pela maior tarifa de produtos vindos da China. A disciplina na gestão de despesas operacionais também se manteve, resultando em uma **melhora significativa do EBITDA**, que alcançou **USD 21 milhões na visão dos últimos 12 meses**.

Importante destacar que seguimos acompanhando de forma diligente os desdobramentos da agenda de tarifas do mercado americano, e suas potenciais implicações para o modelo de negócios da Rothy's. No curto prazo, não há sinalização de efeitos materiais, dado o nível de margem da operação e o estoque já posicionado nos Estados Unidos. Ainda assim, mantemos diálogo próximo com os demais acionistas, com foco em definir os planos de ação que garantam a resiliência e a rentabilidade da operação nos médio e longo prazos.

Marca e estratégia de marketing

No 2T25, demonstramos mais uma vez a consistência da nossa estratégia de fortalecimento da marca Havaianas, como suporte da nossa operação comercial. Ao todo **investimos R\$115 milhões em marketing**, 13% abaixo do mesmo período do ano anterior, ou 11%% da receita líquida do período. Deste total, R\$49 milhões foram investidos no Brasil e R\$67 milhões na operação internacional.

Cientes de que nosso maior ativo é a marca Havaianas, seguiremos investindo de forma planejada e disciplinada, fortalecendo o papel do marketing como sustentação da operação comercial. Nosso portfólio será cada vez mais orientado a endereçar novas audiências — como homens, crianças e o público jovem — e ampliar as ocasiões de uso, indo além da praia e ganhando as ruas. Nos mercados internacionais, a estratégia será pautada pela conexão com a moda, com foco em inovações que reforcem a desejabilidade da marca e sua relevância cultural.

Perspectivas

Encerramos o trimestre com senso de continuidade e consciência de que os avanços conquistados até aqui ainda exigem consistência e atenção à execução. Consolidar fundamentos, corrigir distorções e manter o foco nas prioridades são movimentos essenciais para transformar progresso pontual em resultado sustentável.

Seguimos comprometidos com a disciplina financeira e com a busca contínua por eficiência e gestão ativa dos estoques ao longo da cadeia. Nossas frentes estratégicas permanecem claras: fortalecer a rentabilidade no Brasil, recompor escala e eficiência na Europa, executar a transição do modelo de negócios nos Estados Unidos e intensificar o foco nos mercados prioritários, operados via distribuidores. Será fundamental mantermos uma gestão com coerência estratégica, responsabilidade na alocação de capital e atenção constante à dinâmica do mercado, com o objetivo de transformar execução disciplinada em geração de valor no longo prazo.

Resultado Alpargatas 2T25

Volume Havaianas Brasil
42 milhões de pares vs.
44 milhões no 2T24



Volume Havaianas Internacional
7 milhões vs.
8 milhões no 2T24

Receita líquida
R\$ 1,1 bilhão vs.
R\$ 1 bilhão no 2T24



Lucro Bruto
R\$ 603 milhões vs.
R\$ 479 milhões no 2T24

Margem Bruta
54,7% vs. 47,2% no 2T24



EBITDA Ajustado
R\$ 193 milhões vs.
R\$ 70 milhões no 2T24

Margem EBITDA Ajustada
17,5% vs. 6,8% no 2T24



Lucro Líquido
R\$ 87 milhões vs.
R\$ 23 milhões no 2T24

Principais Indicadores Operacionais e Financeiros

(milhões pares)	2T25	2T24	2T25 vs. 2T24	1S25	1S24	1S25 vs. 1S24
Volume	48,8	51,8	-5,7%	105,6	103,3	+2,2%
Havaianas Brasil	42,0	44,2	-5,0%	92,9	88,8	+4,6%
Havaianas Internacional	6,9	7,6	-9,7%	12,7	14,5	-12,6%
Europa	3,6	3,4	+5,9%	6,6	6,2	+5,6%
EUA	0,8	0,6	+29,6%	1,2	1,2	+0,0%
MDI	2,5	3,6	-31,2%	4,8	7,0	-31,0%
(R\$ million)	2T25	2T24	2T25 vs. 2T24	1S25	1S24	1S25 vs. 1S24
(=) Receita Líquida	1.101,4	1.016,5	+8,3%	2.193,8	1.948,3	+12,6%
Havaianas	1.090,3	1.006,7	+8,3%	2.172,4	1.927,8	+12,7%
Outros	11,0	9,8	+12,7%	21,5	20,5	+4,7%
(-) Custo dos Produtos Vendidos	(498,6)	(537,1)	-7,2%	(1.030,6)	(1.043,5)	-1,2%
Havaianas	(497,4)	(532,9)	-6,7%	(1.026,5)	(1.035,3)	-0,9%
Outros	(1,2)	(4,2)	-72,0%	(4,1)	(8,1)	-49,9%
(=) Lucro Bruto	602,8	479,4	+25,7%	1.163,3	904,8	+28,6%
Havaianas	592,9	473,8	+25,1%	1.145,9	892,5	+28,4%
Outros	9,9	5,6	+76,0%	17,4	12,4	+40,8%
<i>Margem Bruta (%)</i>	<i>54,7%</i>	<i>47,2%</i>	<i>+7,6pp</i>	<i>53,0%</i>	<i>46,4%</i>	<i>+6,6pp</i>
<i>Havaianas (%)</i>	<i>54,4%</i>	<i>47,1%</i>	<i>+7,3pp</i>	<i>52,7%</i>	<i>46,3%</i>	<i>+6,4pp</i>
<i>Outros (%)</i>	<i>89,4%</i>	<i>57,3%</i>	<i>+32,1pp</i>	<i>81,0%</i>	<i>60,3%</i>	<i>+20,7pp</i>
(=) EBITDA	174,7	57,6	+203,1%	369,0	157,4	+134,4%
Havaianas	195,4	69,2	+182,3%	402,7	176,7	+127,9%
Outros	(20,8)	(11,6)	+79,0%	(33,7)	(19,3)	+75,0%
<i>Margem EBITDA (%)</i>	<i>15,9%</i>	<i>5,7%</i>	<i>+10,2pp</i>	<i>16,8%</i>	<i>8,1%</i>	<i>+8,7pp</i>
<i>Havaianas Margem EBITDA (%)</i>	<i>17,9%</i>	<i>6,9%</i>	<i>+11,0pp</i>	<i>18,5%</i>	<i>9,2%</i>	<i>+9,3pp</i>
<i>Outros Margem EBITDA (%)</i>	<i>(188,3%)</i>	<i>(118,6%)</i>	<i>-69,7pp</i>	<i>(157,0%)</i>	<i>(94,0%)</i>	<i>-63,0pp</i>
(+) Itens Extraordinários	17,9	12,0	+49,1%	29,6	22,2	+33,4%
(=) EBITDA Ajustado	192,6	69,6	+176,6%	398,5	179,6	+121,9%
<i>Margem EBITDA Ajustada (%)</i>	<i>17,5%</i>	<i>6,8%</i>	<i>+10,6pp</i>	<i>18,2%</i>	<i>9,2%</i>	<i>+8,9pp</i>

Volume (milhões de pares)

(milhões pares)	2T25	2T24	2T25 vs. 2T24	1S25	1S24	1S25 vs. 1S24
Volume	48,8	51,8	-5,7%	105,6	103,3	+2,2%
Havaianas Brasil	42,0	44,2	-5,0%	92,9	88,8	+4,6%
Havaianas Internacional	6,9	7,6	-9,7%	12,7	14,5	-12,6%
Europa	3,6	3,4	+5,9%	6,6	6,2	+5,6%
EUA	0,8	0,6	+29,6%	1,2	1,2	+0,0%
MDI	2,5	3,6	-31,2%	4,8	7,0	-31,0%

O volume total de pares vendidos pela Companhia no trimestre, através da marca Havaianas, foi de 48,8 milhões, uma redução de 5,7% em relação ao mesmo período do ano anterior. A queda de volume é explicada (i) pela antecipação de volumes feita no 1T25 no Brasil e (ii) pela redução de vendas para clientes distribuidores internacionais.

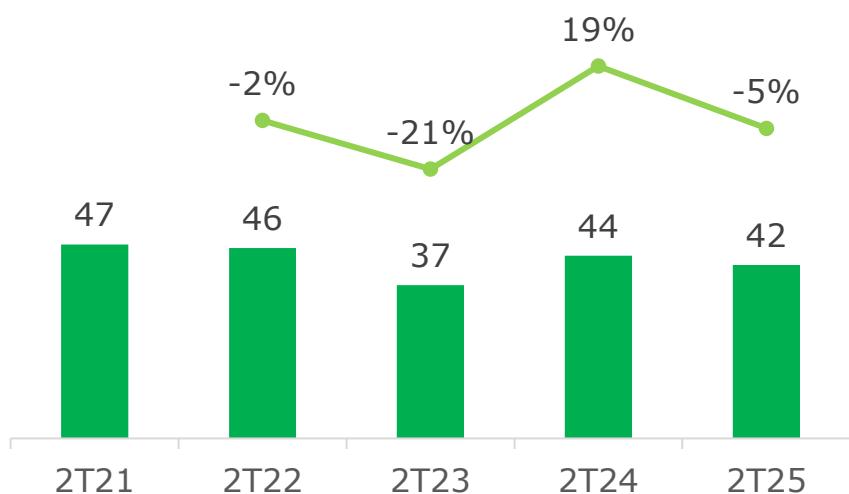
Em **Havaianas Brasil** o volume no 2T25 atingiu 42 milhões de pares, um recuo de 5%, na comparação com o mesmo período do ano anterior, reflexo da acomodação dos volumes ao longo do semestre — movimento já esperado após a decisão tática de antecipação de *sell-in* realizada no 1T25.

Como consequência da decisão de rebalancear os estoques entre o primeiro e o segundo trimestre do ano, a Havaianas retomou a tendência de ganho de *share*, atingindo **77%** ao final de junho, com ganhos sequenciais, mês a mês, desde o início do ano, principalmente nos canais modernos, que contemplam os *cash and carry* e grandes redes de supermercado.

No acumulado do semestre, o *sell-out* cresceu 1,7%, sustentando um crescimento de 4,6% no volume total vendido no período, que atingiu 92,9 milhões de pares.

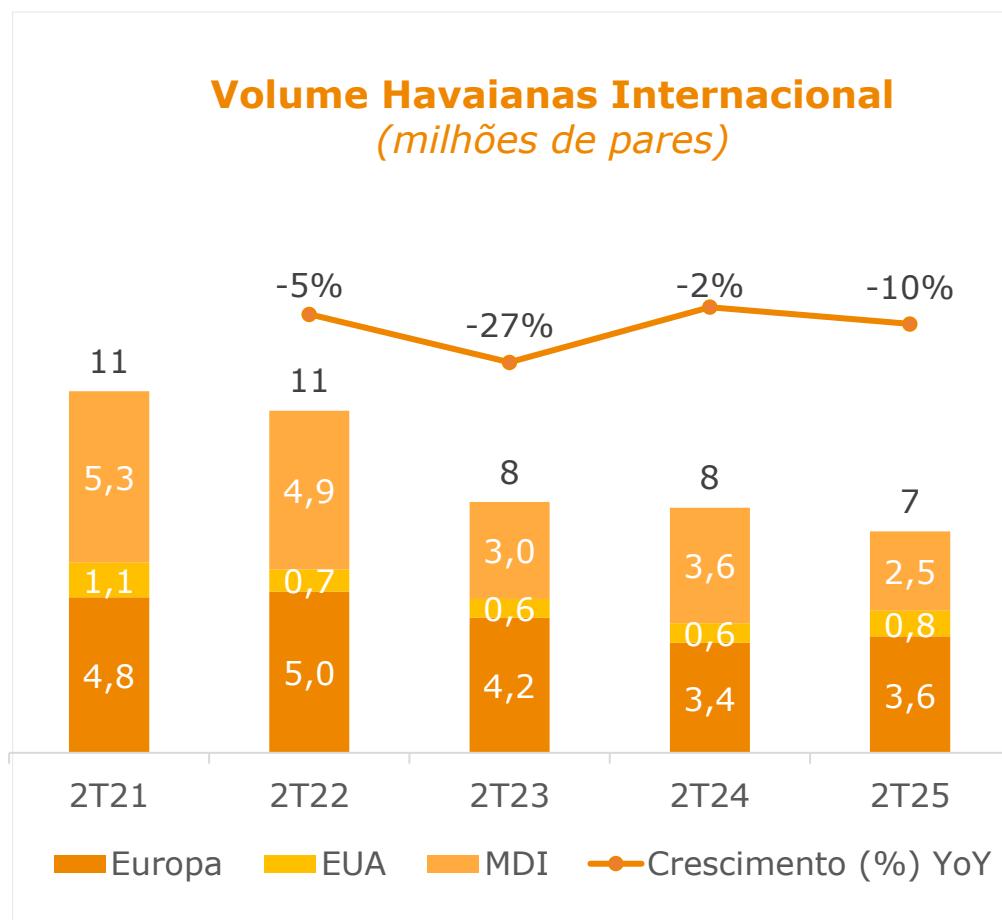


Volume Havaianas Brasil (milhões de pares)



■ Volume de Pares Vendidos (milhões) —● Crescimento (%) YoY

Volume (milhões de pares)



Na operação de **Havaianas Internacional** o volume de vendas foi de 6,9 milhões de pares no trimestre, uma redução de 9,7% em relação ao mesmo período do ano anterior, com diferentes dinâmicas por geografia, explicadas conforme a seguir:

Na **Europa**, o principal mercado internacional, apresentou ritmo de vendas em linha com o que era esperado pelo *pre-order* para o período. O volume vendido foi de 3,6 milhões de pares, com crescimento de 5,9% yoy. Este é o primeiro trimestre de alta temporada em que a Companhia apresenta crescimento yoy desde 2022. importante ainda destacar que, em junho, o *sell-out* da região apresentou crescimento de duplo dígito em relação ao mesmo período de 2024, um sinalização positiva de um *pre-order* para 2026 mais saudável que a do ano anterior.

Nos **Estados Unidos** o volume de vendas foi 29,6% superior ao do ano anterior, recompondo a perda registrada no trimestre anterior, principalmente pela evolução do atendimento para clientes chave. Ao longo dos seis meses de 2025, o volume é estável em 1,2 milhão de pares.

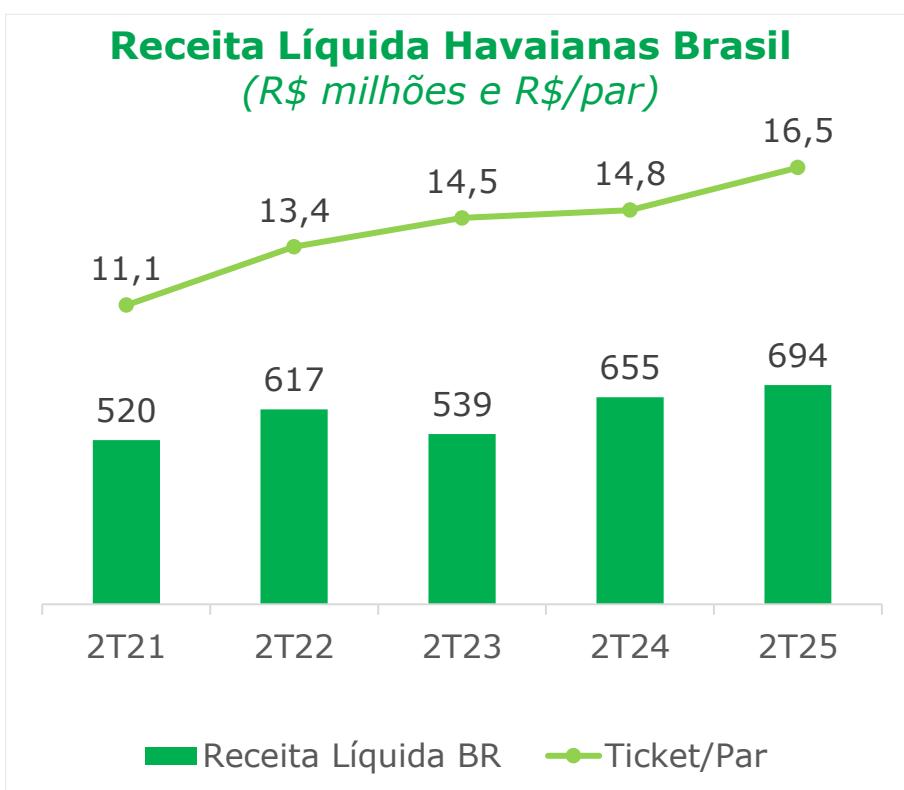
Por fim, em **Mercados Distribuidores Internacionais (MDI)**, apresentou queda de 31,2% no trimestre ao atingir 2,5 milhões de pares. Como vimos no primeiro trimestre, o processo de aprimoramento das dinâmicas comerciais com os clientes, bem como a redução de estoques em alguns países, ainda impactam a o volume de vendas neste trimestre.



Receita Líquida (R\$ milhões)

(R\$ milhões)	2T25	2T24	2T25 vs. 2T24	1S25	1S24	1S25 vs. 1S24
(=) Receita líquida	1.101,4	1.016,5	+8,3%	2.193,8	1.948,3	+12,6%
Receita Havaianas	1.090,3	1.006,7	+8,3%	2.172,4	1.927,8	+12,7%
Brasil	693,7	655,4	+5,8%	1.496,7	1.311,2	+14,1%
Internacional	396,6	351,3	+12,9%	675,6	616,6	+9,6%
Europa	255,8	216,7	+18,0%	433,1	370,6	+16,9%
EUA	66,8	46,9	+42,3%	108,0	82,1	+31,6%
MDI	74,1	87,7	-15,5%	134,6	163,9	-17,9%
Outras Receitas	11,0	9,8	+12,7%	21,5	20,5	+4,7%

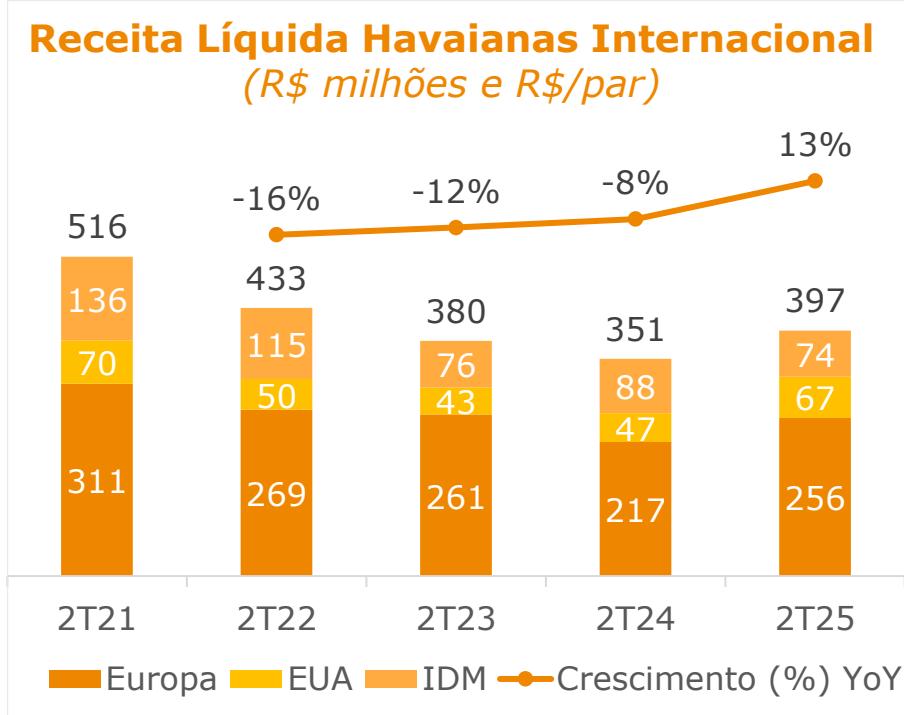
A Alpargatas atingiu o montante de R\$ 1,1 bilhão no trimestre e R\$2,2 bilhões no 1S25, um crescimento de 8,3% e 12,6% respectivamente, na comparação com o mesmo período do ano anterior. Este aumento é reflexo do melhor mix de canais e produtos tanto na operação de Havaianas Brasil, quanto nos mercados internacionais.



Na operação de **Havaianas Brasil**, no 2T25, a Companhia registrou crescimento de 5,8% de receita líquida vs 2T24. A queda de volume foi mais que compensada pelo incremento de 11,4% no ticket médio do período, na comparação com o 2T24.

Vale reforçar que essa expansão de ticket médio apresentada é explicada pela melhora de mix, tanto de canais, quanto de produtos, com efeito de preço em linha com a inflação para os itens comparáveis.

Além da melhora de mix, ao longo de 2024, a operação de Havaianas no Brasil passou por um processo de desestocagem, o que distorceu o nível de descontos para aquele período e consequentemente a base mais fraca de comparação.



Já a operação de **Havaianas Internacional** apresentou receita líquida de R\$ 396,6 milhões, com crescimento de 12,9% na comparação com o 2T24, impulsionada pela melhora de 18,0% em Europa e de 42,3% em EUA. Em moeda constante, a receita líquida apresentou crescimento de 3,6% na comparação com o 2T24.

A dinâmica de ticket médio em ambos os mercados destacados acima foi beneficiada pela melhora de mix de canais e boa aderência do portfólio de produtos, bem como pelo efeito cambial positivo na comparação com o 2T24.

Em MDI, o ticket por par da região apresentou crescimento de 19% yoy, compensando parte da queda no volume, resultando em uma receita líquida com queda de 15,5%.

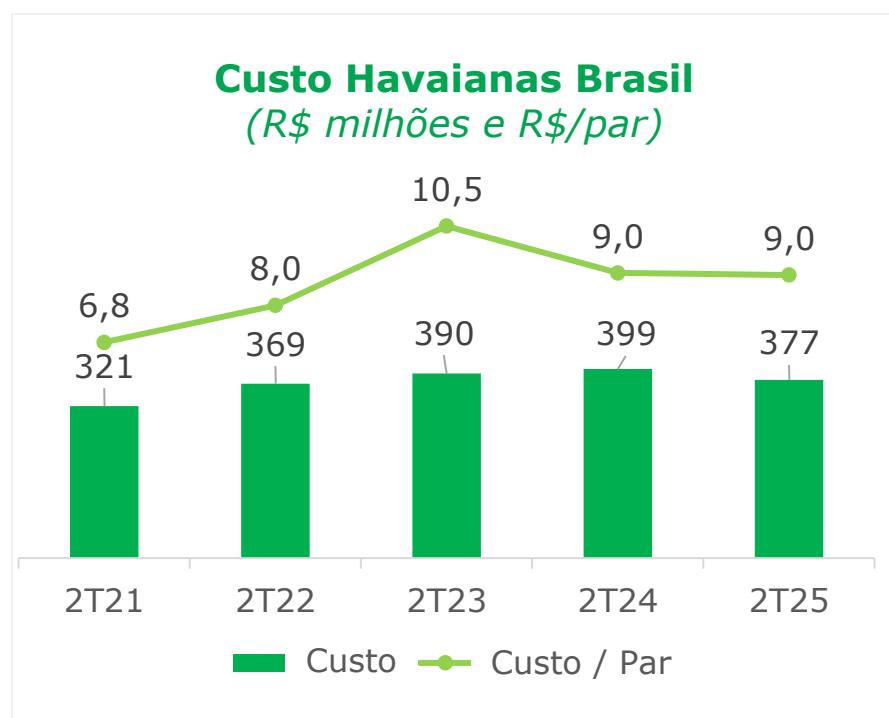
Custo dos produtos vendidos (em R\$ milhões)

(R\$ milhões)	2T25	2T24	2T25 vs. 2T24	1S25	1S24	1S25 vs. 1S24
Custo dos produtos vendidos	(498,6)	(537,1)	-7,2%	(1.030,6)	(1.043,5)	-1,2%
Custo Havaianas	(497,4)	(532,9)	-6,7%	(1.026,5)	(1.035,3)	-0,9%
Brasil	(376,9)	(399,4)	-5,6%	(807,7)	(789,4)	+2,3%
Internacional	(120,5)	(133,4)	-9,7%	(218,7)	(245,9)	-11,0%
Outros Custos	(1,2)	(4,2)	-72,0%	(4,1)	(8,1)	-49,9%

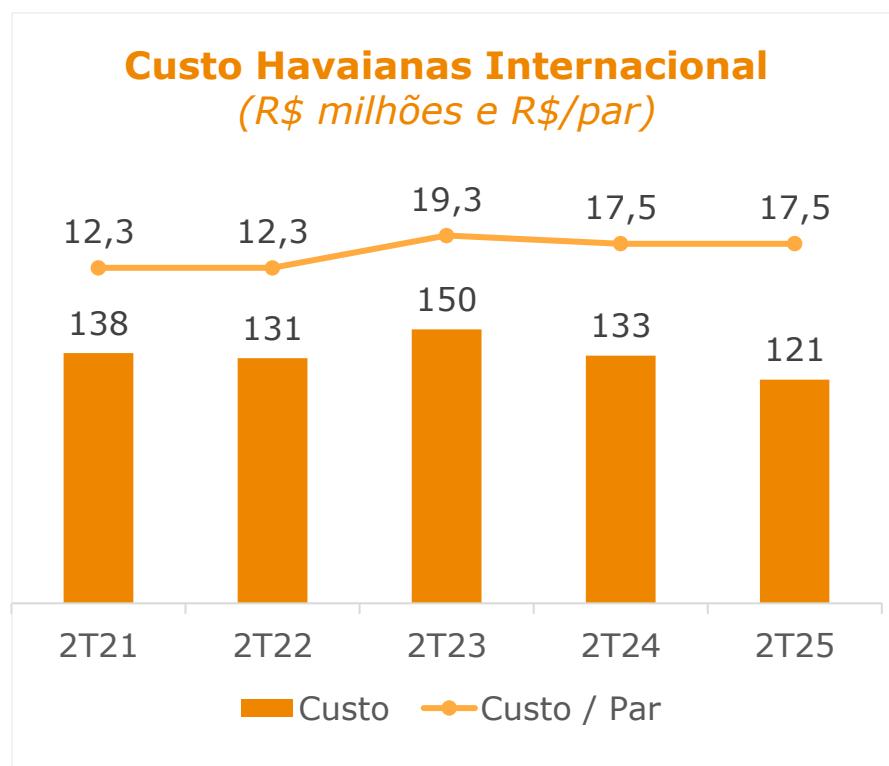
No trimestre, o CPV apresentou redução de 7,2% yoy, impulsionado pela melhora de 6,7% nos custos de Havaianas sendo 5,6% no Brasil e 9,7% no Internacional. Importante ressaltar que no 2T24, a Companhia teve impacto negativo da baixa de estoques no montante de R\$ 33,4 milhões no segundo trimestre, excluindo esse efeito naquele período, a queda seria de 0,4%.

Na operação **Havaianas Brasil**, o custo dos produtos vendidos atingiu R\$ 376,9 milhões no trimestre, com redução de 5,6% em relação ao 2T24. O efeito dos *write offs* mencionados acima e registrados no 2T24 foi concentrado na operação de Havaianas Brasil. Em bases comparáveis o custo da operação expandiu em 3,0% vs 2T24, ainda com do ganho de eficiência, tendo em vista que o incremento foi inferior ao verificado na receita do mesmo período.

O custo por par ficou estável em R\$9,0 por par, em relação ao 2T24, mesmo com 2,2 milhões de pares abaixo.



Os custos de **Havaianas Internacional**, de forma consolidada, apresentaram redução de 9,7% comparado ao 2T24. Já o custo por par ficou estável em relação ao mesmo período, mesmo com queda no volume de vendas. Esta dinâmica reflete (i) a melhora do portfólio para a alta temporada de 2025 no Hemisfério Norte; (ii) a captura das melhorias e otimizações em custo implementadas ao longo dos últimos anos; e, (iii) ao mix de geografias pela redução de 31% no volume vendido para MDI.



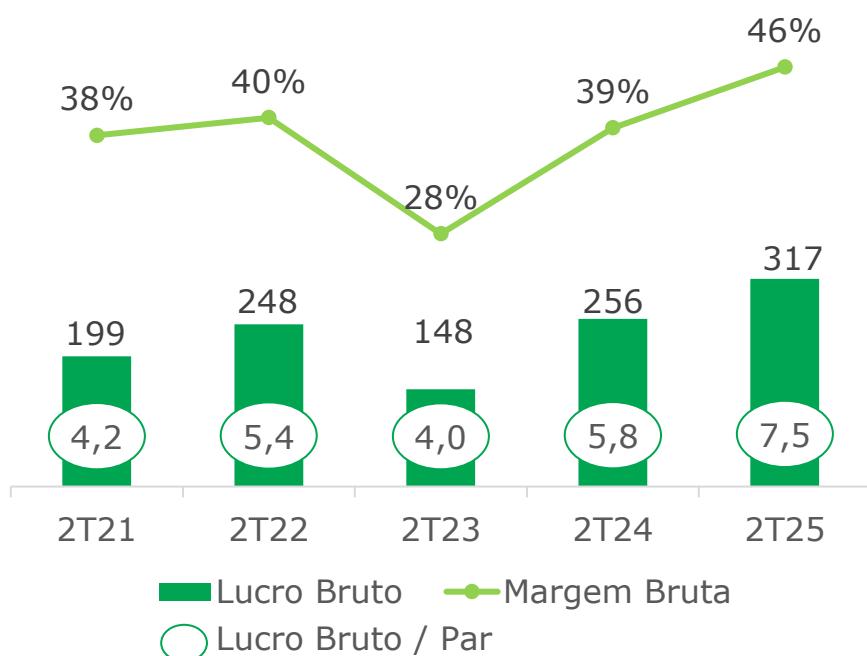
Lucro bruto (em R\$ milhões) e Margem Bruta (em %)

(milhões pares)	2T25	2T24	2T25 vs. 2T24	1S25	1S24	1S25 vs. 1S24
(=) Lucro Bruto	602,8	479,4	+25,7%	1.163,3	904,8	+28,6%
Lucro Bruto Havaianas	592,9	473,8	+25,1%	1.145,9	892,5	+28,4%
Brasil	316,8	256,0	+23,8%	689,0	521,8	+32,0%
Internacional	276,1	217,9	+26,7%	456,9	370,7	+23,3%
Outros Lucro Bruto	9,9	5,6	+76,0%	17,4	12,4	+40,7%
Margem Bruta (%)	54,7%	47,2%	+7,6pp	53,0%	46,4%	+6,6pp
Margem Bruta Havaianas (%)	54,4%	47,1%	+7,3pp	52,7%	46,3%	+6,4pp
Margem Bruta Brasil (%)	45,7%	39,1%	+6,6pp	46,0%	39,8%	+6,2pp
Margem Bruta Internacional (%)	69,6%	62,0%	+7,6pp	67,6%	60,1%	+7,5pp
Outros Margem Bruta (%)	89,4%	57,3%	+32,1pp	81,0%	60,3%	+20,7pp

O Lucro Bruto da Companhia cresceu 25,7% no trimestre e 28,6% nos primeiros seis meses de 2025, atingindo R\$ 602,8 milhões e R\$ 1.163,3 bilhão, respectivamente, na comparação com os mesmos períodos do ano anterior. A dinâmica entre as operações é explicada a seguir:

Lucro Bruto e Margem Bruta Havaianas Brasil

(R\$ milhões, R\$/par e %)

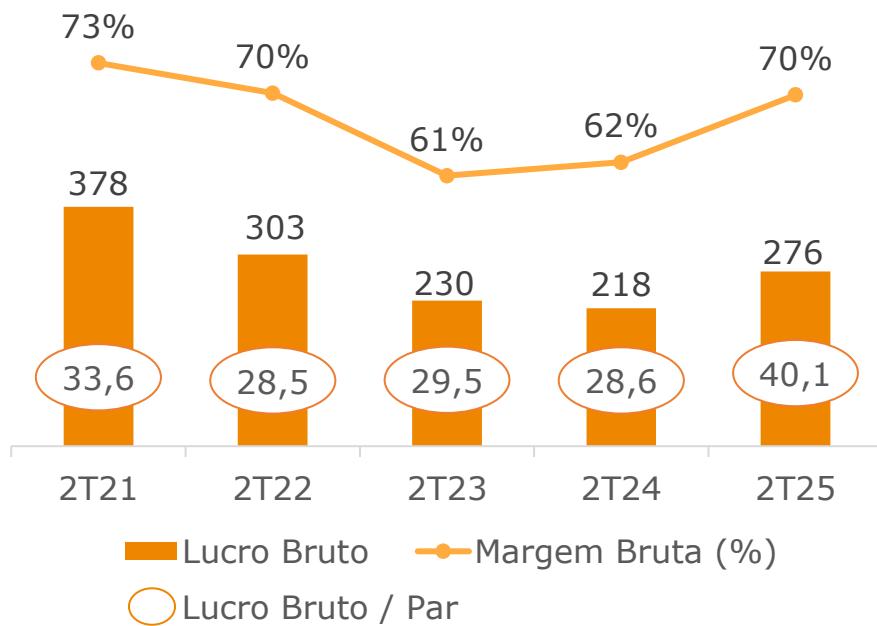


O aumento na receita por par somada ao controle dos custos no trimestre contribuíram para o aumento de 23,8% no **Lucro Bruto da operação de Havaianas Brasil**, que atingiu o montante de R\$ 316,8 milhões neste trimestre. No semestre, o Lucro Bruto foi de R\$ 689,0 milhões, expansão de 32,0% yoy. Já a Margem Bruta apresentou crescimento de 6,6 p.p. e atingiu 45,7% no trimestre.



Lucro Bruto (em R\$ milhões) e Margem Bruta (em %)

Lucro Bruto e Margem Bruta Havaianas Internacional (R\$ milhões, R\$/par e %)



O **Lucro Bruto da operação de Havaianas Internacional** alcançou R\$ 276,1 milhões, um aumento de 26,7% yoy em relação ao mesmo trimestre de 2024. Já a Margem Bruta apresentou expansão de 7,6 p.p.

No período de seis meses, o Lucro Bruto foi de R\$ 456,9 milhões, com margem bruta de 67,6%.

A Margem Bruta de todos os negócios internacionais apresentou expansão yoy, refletindo tanto as melhorias de mix de produtos e canais na Europa e nos EUA, quanto as correções das políticas comerciais nos mercados operados por distribuidores, que apesar da redução de 31% no volume do ano apresentou Lucro Bruto por par 53,3% superior ao do mesmo período de 2024.



SG&A (em R\$ milhões)

(R\$ milhões)	2T25	2T24	2T25 vs. 2T24	1S25	1S24	2S25 vs. 2S24
(-) Despesas Operacionais	(496,5)	(483,0)	+2,8%	(925,3)	(867,5)	+6,7%
Despesas com vendas	(362,4)	(379,8)	-4,6%	(691,2)	(662,3)	+4,4%
Havaianas	(349,7)	(375,6)	-6,9%	(666,9)	(654,2)	+1,9%
Outros	(12,7)	(4,3)	+196,7%	(24,3)	(8,1)	+201,2%
Despesas gerais e administrativas	(63,8)	(67,9)	-6,0%	(134,0)	(136,7)	-2,0%
Havaianas	(62,6)	(68,0)	-7,9%	(125,9)	(137,0)	-8,2%
Outros	(1,2)	0,1	-	(8,2)	0,3	-
Outras (despesas) operacionais, líquidas	(70,3)	(35,3)	+99,3%	(100,1)	(68,5)	+46,1%
Havaianas	(66,1)	(23,6)	+180,0%	(93,1)	(47,1)	+97,7%
Outros	(4,2)	(11,7)	-64,0%	(6,9)	(21,4)	-67,7%
(+) Itens Extraordinários	17,9	12,0	+49,1%	29,6	22,2	+33,4%
Gastos com M&A	0,1	0,4	-80,0%	0,3	0,5	-53,0%
Gastos com simplificação	15,0	7,4	+103,2%	25,3	13,1	+92,9%
Outros gastos / receitas	2,9	4,2	-32,3%	4,0	8,5	-52,9%
Despesas Operacionais excluindo Itens Extraordinários	(478,6)	(471,0)	+1,6%	(895,7)	(845,4)	+6,0%
<i>Despesas Operacionais excluindo Itens Extraordinários (% RL)</i>	<i>43,5%</i>	<i>46,3%</i>	<i>-2,9pp</i>	<i>40,8%</i>	<i>43,4%</i>	<i>-2,6pp</i>

As despesas operacionais da Alpargatas cresceram 2,8% no trimestre, ou aproximadamente R\$ 13,5 milhões, sendo que desse incremento, R\$ 16,5 milhões são referentes a débitos extemporâneos de ICMS gerados após revisão da metodologia de apuração feita pela Companhia em relação a anos anteriores. As linhas de Despesas com Vendas e Gerais e Administrativas apresentaram redução na comparação com 2T24, mesmo após reoneração da folha de pagamento e efeito de câmbio.

As despesas extraordinárias totalizaram R\$ 17,9 milhões, das quais R\$ 15,0 milhões são relacionadas ao processo de simplificação nas operações, em andamento desde 2023.

As Despesas Operacionais excluindo os itens extraordinários foram de R\$ 478,6 milhões e cresceram 1,6% em relação ao mesmo período do ano anterior. Importante ressaltar que excluindo o efeito de débitos extemporâneos de R\$ 16,5 milhões, mencionado acima, a despesa total apresentaria redução de 0,6% ou 4,4 p.p. como percentual da receita líquida em relação ao 2T24.

As despesas da operação de **Havaianas Brasil** foram de R\$ 178,6 milhões, redução de 2,2% yoy. Por decisão estratégica, o refaseamento dos investimentos de marketing neste trimestre foi menor.

O montante investido foi de R\$ 49,0 milhões, uma redução de aproximadamente R\$ 10,5 milhões em relação ao 2T24, onde a Companhia teve alguns investimentos adicionais em relação ao período de Olimpíadas.

O SG&A ex-marketing e bônus, excluindo o efeito não recorrente do ICMS, apresentou redução de 2 p.p. yoy ao atingir 16% da receita líquida. Este é o menor nível como percentual da receita dos últimos anos para um segundo trimestre.

Na operação de **Havaianas Internacional**, as despesas totais também apresentaram redução. Na comparação anual a queda foi de 1,4%, cerca de 5,5 p.p. como percentual da Receita Líquida.

Nominalmente, as despesas seguem um nível estável em relação aos últimos segundos trimestres, explicado pela queda no volume de vendas, principalmente em MDI, onde as despesas variáveis são menos relevantes. Por este motivo, a diluição das despesas ex marketing atinge um nível 7,6 p.p. maior que 2024.

A redução de despesas, tanto em Havaianas Brasil quanto em Havaianas Internacional demonstra o compromisso da Companhia em garantir que as reduções e eficiências geradas até o momento sejam estruturais e consistentes.

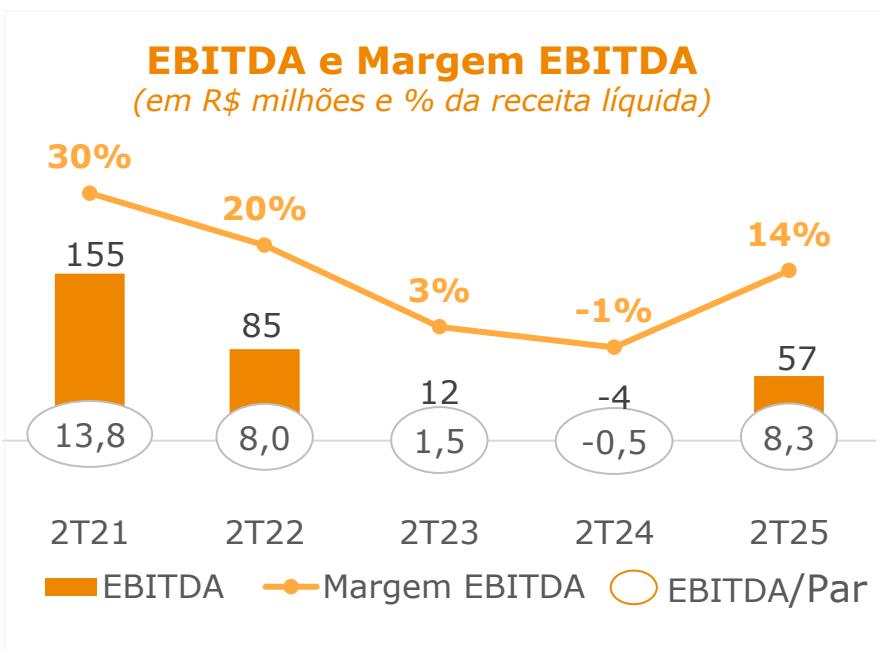
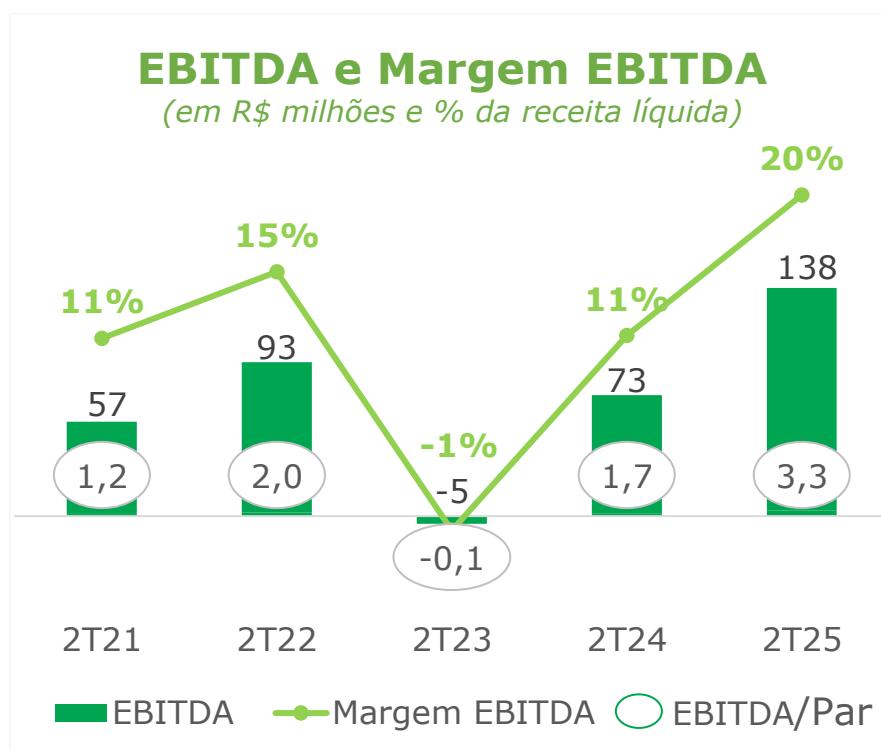
EBITDA e Margem EBITDA (em R\$ milhões)

(R\$ milhões)	2T25	2T24	2T25 vs. 2T24	1S25	1S24	2S25 vs. 2S24
(=) Lucro Bruto	602,8	479,4	+25,7%	1.163,3	904,8	+28,6%
Margem Bruta (%)	54,7%	47,2%	+7,6pp	53,0%	46,4%	+6,6pp
(-) Despesas Operacionais	(496,5)	(483,0)	+2,8%	(925,3)	(867,5)	+6,7%
(+) D&A	68,4	61,2	+11,8%	(131,0)	(120,2)	+9,0%
(=) EBITDA	174,7	57,6	+203,1%	369,0	157,4	+134,4%
Havaianas	195,4	69,2	+182,3%	402,7	176,7	+127,9%
Brasil	138,2	73,4	+88,3%	312,5	164,3	+90,2%
Internacional	57,2	(4,2)	-	90,2	12,4	-
Outros	(20,8)	(11,6)	+79,0%	(33,7)	(19,3)	+75,1%
Margem EBITDA (%)	15,9%	5,7%	+10,2pp	16,8%	8,1%	+8,7pp
Margem EBITDA Havaianas (%)	17,9%	6,9%	+11,0pp	18,5%	9,2%	+9,4pp
Margem EBITDA Brasil (%)	19,9%	11,2%	+8,7pp	20,9%	12,5%	+8,3pp
Margem EBITDA Internacional (%)	14,4%	(1,2%)	+15,6pp	13,4%	2,0%	+11,3pp
Outros Margem EBITDA (%)	(188,3%)	(118,6%)	-69,7pp	(157,2%)	(94,0%)	-63,2pp
(+) Itens Extraordinários	17,9	12,0	+49,1%	29,6	22,2	+33,4%
(=) EBITDA Ajustado	192,6	69,6	+176,6%	398,5	179,6	+121,9%
Margem EBITDA Ajustada (%)	17,5%	6,8%	+10,6pp	18,2%	9,2%	+9,0pp

A Alpargatas apresentou aumento significativo de 176,6% no EBITDA Ajustado do trimestre e atingiu R\$ 192,6 milhões. A boa aderência de produto e precificação, combinado à melhoria operacional em custos e despesas das operações de havaianas no Brasil e no exterior foram fundamentais para este resultado. Importante ressaltar que o EBITDA do 2T24 foi impactado por R\$33,4 milhões de baixa de estoque. Em bases comparáveis, o EBITDA do 2T25 teria expandido 123%, na comparação com o mesmo período do ano anterior.

A operação de **Havaianas no Brasil**, atingiu R\$ 138 milhões de EBITDA no período, mesmo com a redução do volume de vendas e o reconhecimento de débitos extemporâneos de ICMS no trimestre. A operação seguiu forte na contenção de gastos e otimização operacional de modo que esse resultado apresentado avançou 88,3% yoy, com expansão de 8,7 p.p. de margem. Excluindo os efeitos da baixa de estoque registrada no 2T24, o EBITDA por par do trimestre foi de R\$ 3,29, R\$ 0,87 centavos maior que em 2T24.

O desempenho da operação de **Havaianas Internacional** reverteu o EBITDA de R\$ 4 milhões negativos do 2T24 e cresceu para R\$ 57,2 milhões este trimestre. A melhoria é resultado da redução de custos, devido ao processo de atualização do portfólio para os mercados do hemisfério norte e pela redução de despesas comerciais. Destaque para a operação dos EUA, que este ano apresentou redução superior a 80% nas despesas comerciais e de marketing. Lembrando ainda que a mudança do modelo de negócios, anunciada em meados de maio, para essa operação passará a se refletir nos resultados a partir de 2026.





Lucro Líquido (em R\$ milhões)

O Lucro Líquido consolidado da Alpargatas no trimestre foi de R\$ 87,0 milhões. Desconsiderando o efeito dos itens extraordinários líquidos de IR, o lucro líquido normalizado seria de R\$ 99,8 milhões, três vezes maior que o valor apresentado no mesmo período de 2024.

O resultado financeiro líquido foi negativo em R\$ 15,4 milhões no trimestre, impactado negativamente em R\$ 9,6 milhões pela variação cambial do período.

O resultado de Equivalência Patrimonial apresentou uma melhora de 10,5%, atingindo R\$ 12,3 milhões no trimestre, explicados por:

- reconhecimento de 49,2% do resultado da Rothy's no trimestre, com lucro de R\$ 16,6 milhões, que mesmo com as tarifas entre EUA e China já impactando resultado do trimestre, cresceram 9,9% yoy; e
- efeito de amortização de mais-valia de ativos (PPA) no valor de R\$ 4,2 milhões negativos.

(R\$ milhões)	2T25	2T24	2T25 vs. 2T24	1S25	1S24	2S25 vs. 2S24
(=) EBIT	106,2	(3,6)	-	238,0	37,3	-
(+) Resultado Financeiro	(15,4)	9,9	-	(36,1)	(2,0)	-
Receitas financeiras	31,8	36,7	-13,3%	65,5	66,7	-1,8%
Despesas financeiras	(37,5)	(51,9)	-27,8%	(80,2)	(100,0)	-19,7%
Variação cambial líquida	(9,6)	25,2	-	(21,4)	31,2	-168,5%
(=) EBT	90,9	6,3	-	201,9	35,3	+472,5%
(-) IR/CS	(16,3)	6,0	-	(8,1)	9,7	-183,6%
(+) Resultado Equivalência Patrimonial	12,3	11,1	+10,5%	5,6	3,1	+81,4%
Lucro líquido (49,2% da Rothy's)	16,6	15,1	+9,9%	15,3	10,6	+44,3%
Ajuste resultado do exercício anterior	(0,0)	-	-	(0,9)	0,2	-
Amortização de mais-valia	(4,2)	(3,9)	+9,0%	(8,6)	(7,6)	+13,6%
Diluição de participação (Stock Option)	-	(0,0)	-	(0,1)	(0,0)	+65,6%
(=) Lucro Líquido Op. Continuadas	87,0	23,4	+271,1%	199,4	48,1	+314,6%
(+) Itens Extraordinários líquidos de IR	12,9	8,1	+60,0%	20,7	14,8	+40,5%
(=) Lucro Líquido Normalizado	99,8	31,5	+217,1%	220,1	62,9	+250,2%
(+) Resultado Equivalência Patrimonial (ex-extraordinários)	12,3	11,1	+10,5%	5,6	3,1	+81,4%
(=) Lucro Líquido Normalizado Havaianas	88,7	20,3	+335,9%	215,6	59,7	+260,9%

Conciliação de EBITDA (em R\$ milhões)

Conforme CVM Nº 156

(R\$ milhões)	2T25	2T24	2T25 vs. 2T24	1S25	1S24	2S25 vs. 2S24
(=) Lucro Líquido Op. Continuadas	87,0	23,4	+271,1%	199,4	48,1	+314,6%
(-) IR/CS	16,3	(6,0)	-	8,1	(9,7)	-183,6%
(+) Resultado Financeiro	15,4	(9,9)	-	36,1	2,0	-
(+) D&A	68,4	61,2	+11,8%	131,0	120,2	+9,0%
(+) Resultado Equivalência Patrimonial	(12,3)	(11,1)	+10,5%	(5,6)	(3,1)	+81,4%
(=) EBITDA	174,7	57,6	+203,1%	369,0	157,4	+134,4%
(+) Itens Extraordinários	17,9	12,0	+49,1%	29,6	22,2	+33,4%
(=) EBITDA Ajustado	192,6	69,6	+176,6%	398,5	179,6	+121,9%
Margem EBITDA Ajustada (%)	17,5%	6,8%	+10,6pp	18,2%	9,2%	+9,0pp

Capital de giro (em R\$ milhões e dias de receita líquida*)

Estoque

(R\$ milhões)	2T24	3T24	4T24	1T25	2T25	Δ 2T24	Δ 1T25
Estoques	946,8	886,3	709,1	778,9	868,8	-78,0	89,9
<i>em dias de RL</i>	90	81	63	67	73	-17	6
Produtos acabados	646,7	616,4	423,1	459,3	494,6	-152,1	35,3
<i>em dias de RL</i>	61	56	38	39	41	-20	2
Produtos em processo	40,2	33,1	31,3	30,9	30,0	-10,3	-1,0
<i>em dias de RL</i>	4	3	3	3	3	-1	0
Matérias-primas e outros	259,9	236,8	254,7	288,7	344,2	84,4	55,6
<i>em dias de RL</i>	25	22	23	25	29	4	4

Contas a receber

(R\$ milhões)	2T24	3T24	4T24	1T25	2T25	Δ 2T24	Δ 1T25
Contas a receber	819,2	842,9	997,9	941,0	988,3	169,1	47,3
<i>em dias de RL</i>	78	77	89	80	83	5	2

Fornecedores

(R\$ milhões)	2T24	3T24	4T24	1T25	2T25	Δ 2T24	Δ 1T25
Fornecedores Total	570,7	606,6	626,2	591,2	625,4	54,7	34,1
<i>em dias de RL</i>	54	55	56	51	52	-2	2
Fornecedores	449,0	459,8	455,4	441,6	488,0	39,0	46
Risco sacado ¹	121,6	146,8	170,8	149,7	137,3	15,7	-12

Nota: Receita Líquida referente aos últimos 12 meses

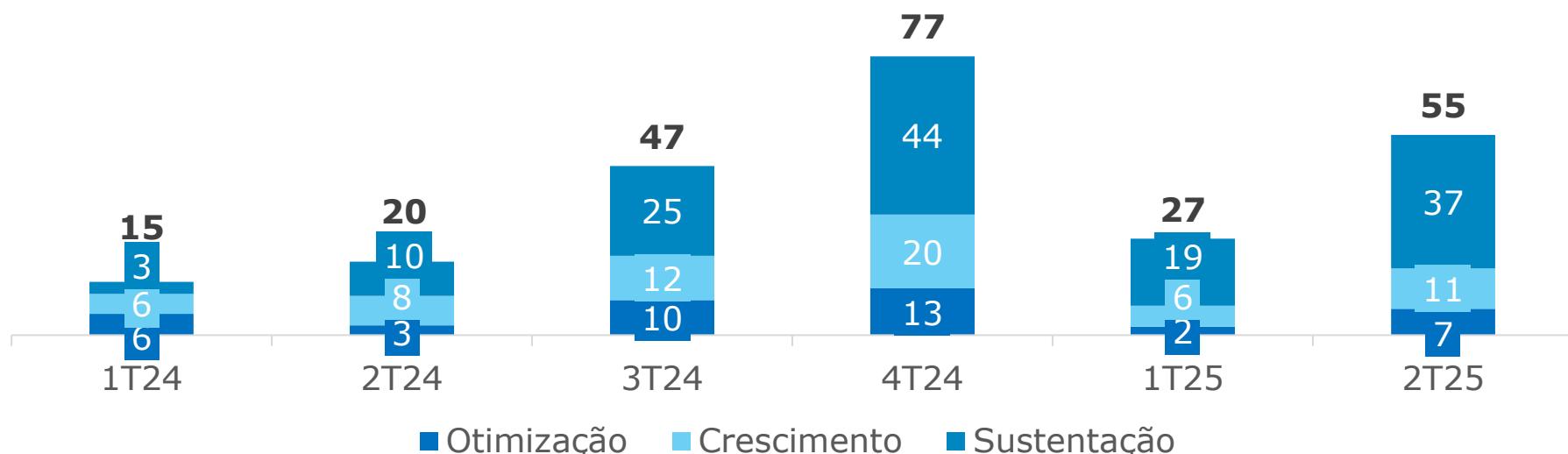
A Companhia apresentou consumo de R\$ 103,1 milhões referente à variação das contas core de capital de giro no trimestre. As variações são explicadas por:

- Aumento de R\$ 89,9 milhões em estoques vs. 1T25, explicado, principalmente, pelo a recomposição dos níveis de estoques de matéria prima, que aumentou R\$ 55,6 milhões este trimestre, refletindo a preparação da Companhia para a alta sazonalidade no Brasil no segundo semestre.
- Aumento de R\$ 47,3 milhões em contas a receber vs. 1T25, decorrente da sazonalidade de vendas do trimestre na Europa. Como dias de receita, o aumento foi de apenas dois dias, chegando a 83 dias no total.
- Aumento de R\$ 34,1 milhões de fornecedores vs. 1T25 em decorrência do aumento de compras de matérias primeiras no período, que representam os maiores prazos de pagamento dentre os fornecedores da Companhia.

Vale destacar que a dinâmica de capital de giro apresentada pela Companhia no 2T25 reflete a normalização da operação de compra de insumo, produção e boa e aderência ao processo de S&OP.

¹Na operação de Risco Sacado os fornecedores transferem o direito do recebimento dos títulos para o Banco em troca do recebimento antecipado do título. O Banco, por sua vez, passa a ser o credor da operação e a Alpargatas efetua a liquidação do título na mesma data originalmente acordada com seu fornecedor, sem alterar os prazos, preços e condições anteriormente estabelecidos com o fornecedor. Tal operação não gera despesa financeira para Alpargatas.

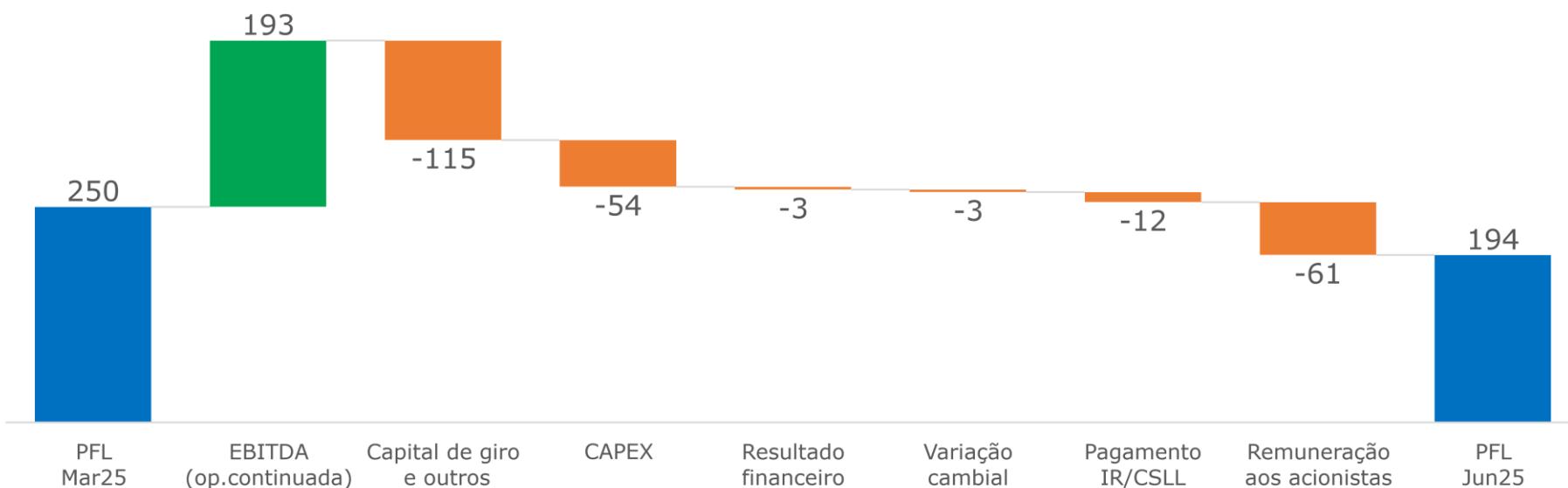
CAPEX (em R\$ milhões)



Para 2025, a proposta da administração para os investimentos na Companhia é de R\$ 220 milhões, divididos em projetos que tragam otimização, crescimento ou sustentação para as nossas operações. Neste trimestre, foram investidos R\$ 55,3 milhões, sendo que:

- R\$ 36,9 milhões foram destinados à projetos focados na sustentação do negócio;
- R\$ 11,1 milhões destinados ao projetos focados no Crescimento, e;
- R\$ 7,3 milhões de investimentos para os projetos para a otimização dos negócios da Companhia.

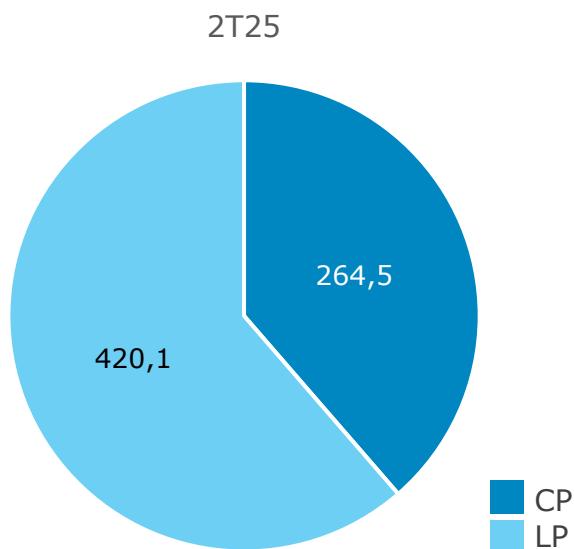
Posição financeira líquida (em R\$ milhões)



Neste trimestre, a Companhia fez, após três anos sem pagamento, a distribuição de resultados referente ao exercício do ano anterior, no montante de R\$ 61 milhões, bem como o pagamento dos incentivos de curto prazo aos seus colaboradores. Após estes eventos, a posição de caixa da Companhia atingiu R\$ 194,0 milhões ao final de junho, um consumo de R\$ 55,8 milhões frente ao 1T25. Além disso, em junho a Companhia efetuou o pré-pagamento de R\$178,0 milhões da dívida de exportação com BNDES, para reduzir o custo do carregio, em um momento de acúmulo de caixa.

Como parte do trabalho de disciplina na alocação de capital, foi aprovada pelo Conselho de Administração e encaminhada para assembleia de acionistas a proposta de Redução de Capital no montante de R\$850 milhões. A transação representa um passo importante na agenda da Companhia de otimização de sua estrutura de capital e reforça o compromisso com a busca por maior eficiência financeira, sem, com isso, comprometer a execução da estratégia de crescimento de longo prazo.

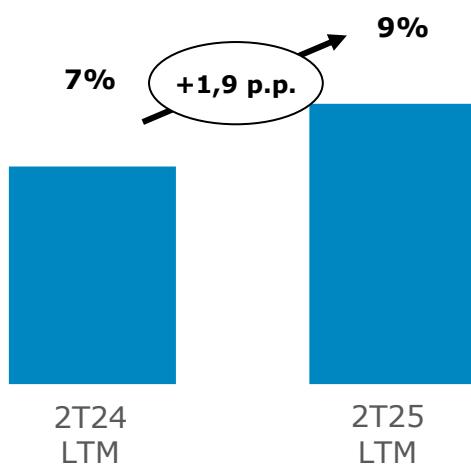
Endividamento e alavancagem (em R\$ milhões)



(R\$ milhões)	2T25	2T24
Empréstimos e Financiamentos	684,6	1.416,3
Curto prazo	264,5	222,7
Longo prazo	420,1	1.193,5
Caixa e Aplicações	878,6	1.288,1
Caixa e Equivalentes de caixa	188,6	167,3
Aplicações de curto prazo	676,0	1.108,3
Aplicações de longo prazo	14,0	12,5
Dívida Líquida	(194,0)	128,2
EBITDA ajustado (LTM)	448,5	259,0
Dívida líquida/EBITDA ajustado	(0,3)	0,4

Retorno sobre o capital investido (ROIC)

O ROIC* atingiu 9% no 2T25 LTM, aumento de 1,9 p.p. vs. 2T24 LTM.



*Metodologia de cálculo:

Lucro líquido reportado excluindo resultado financeiro e itens extraordinários nos últimos 12 meses, dividido pela média dos últimos 12 meses do capital investido (dívida líquida e patrimônio líquido).



Rothy's

A operação da Rothy's segue evoluindo em seus principais indicadores. Os lançamentos de produtos no início do ano tiveram boa aceitação e a estratégia de explorar o canal de B2B contribuíram para o crescimento da receita, que cresceu 7% yoy.

Os ganhos de eficiência fabril e a redução dos custos de frete e distribuição — que já vinham sendo destaques em trimestres anteriores — seguiram contribuindo para a preservação do nível de Margem Bruta, mesmo impactada em 2 p.p. pela maior tarifa de produtos vindos da China.

A disciplina na gestão de despesas operacionais também se manteve, resultando em uma melhora de US\$ 1 milhão no EBITDA do trimestre. No período de um ano, o EBITDA alcançou USD 21 milhões.

Por fim, o Lucro, mesmo com o impacto negativo das tarifas, apresentou resultado estável, em aproximadamente US\$ 6 milhões.

Importante destacar que seguimos acompanhando de forma diligente os desdobramentos da agenda de tarifas do mercado americano, e suas potenciais implicações para o modelo de negócios da Rothy's. No curto prazo, não há sinalização de efeitos materiais, dado o nível de margem da operação e o estoque já posicionado nos Estados Unidos. Ainda assim, mantemos diálogo próximo com os demais acionistas, com foco em definir os planos de ação que garantam a resiliência e a rentabilidade da operação no médio e longo prazos



(USD milhões)	2T25	2T24	2T25 vs. 2T24	1S25	1S24	1S25 vs. 1S24
(=) Receita Líquida	63,0	58,9	+7,0%	106,4	93,2	+14,2%
(-) Custo dos produtos vendidos	(24,4)	(20,9)	+16,7%	(41,0)	(34,0)	+20,7%
(=) Lucro Bruto	38,6	38,0	+1,7%	65,4	59,2	+10,5%
<i>Margem Bruta (%)</i>	<i>61,3%</i>	<i>64,5%</i>	<i>-3,2pp</i>	<i>61,5%</i>	<i>63,6%</i>	<i>-2,1pp</i>
(-) Despesas Operacionais	(33,8)	(33,1)	+2,0%	(62,4)	(58,0)	+7,6%
(=) EBIT	4,9	4,9	-0,2%	3,1	1,3	+143,6%
(+) D&A	3,0	2,0	+51,7%	5,6	4,1	+37,8%
(=) EBITDA	7,9	6,9	+14,7%	8,7	5,3	+62,6%
<i>Margem EBITDA (%)</i>	<i>12,5%</i>	<i>11,6%</i>	<i>+0,8pp</i>	<i>8,2%</i>	<i>5,7%</i>	<i>+2,4pp</i>
(=) Lucro líquido	5,9	6,0	-0,7%	5,5	4,1	+34,7%
<i>Margem Líquida (%)</i>	<i>9,4%</i>	<i>10,1%</i>	<i>-0,7pp</i>	<i>5,2%</i>	<i>4,4%</i>	<i>+0,8pp</i>
Lojas	29	20	+9	29	20	+9
Same Store Sales	(2,0%)	19,0%	-21,0pp	(1,5%)	16,0%	-17,5pp
Contribuição das lojas físicas na Receita (%)	22,2%	16,0%	+6,2pp	20,2%	16,7%	+3,4pp
Contribuição de clientes recorrentes na Receita (%)	42,4%	60,3%	-17,9pp	42,4%	59,7%	-17,4pp
Marketing + Despesas Lojas (US\$ milhões)	17,8	15,7	+13,1%	31,1	26,5	+17,6%

APÊNDICE



Havaianas

Resultados Brasil (em R\$ milhões, % da receita líquida e milhões de pares)

(R\$ milhões milhões pares)	2T25	2T24	2T25 vs. 2T24	1S25	1S24	1S25 vs. 1S24
Volume	42,0	44,2	-5,0%	92,9	88,8	+4,6%
Receita Líquida	693,7	655,4	+5,8%	1.496,7	1.311,2	+14,1%
Custo dos produtos vendidos	376,9	399,4	-5,6%	807,7	789,4	+2,3%
Lucro Bruto	316,8	256,0	+23,8%	689,0	521,8	+32,0%
<i>Margem Bruta (%)</i>	<i>45,7%</i>	<i>39,1%</i>	<i>+6,6pp</i>	<i>46,0%</i>	<i>39,8%</i>	<i>+6,2pp</i>
Despesas Operacionais	178,6	182,6	-2,2%	376,5	357,5	+5,3%
EBITDA	138,2	73,4	+88,3%	312,5	164,3	+90,2%
<i>Margem EBITDA (%)</i>	<i>19,9%</i>	<i>11,2%</i>	<i>+8,7pp</i>	<i>20,9%</i>	<i>12,5%</i>	<i>+8,3pp</i>
(R\$ / par)	2T25	2T24	2T25 vs. 2T24	1S25	1S24	1S25 vs. 1S24
Receita Líquida / par	16,53	14,84	+11,4%	16,11	14,76	+9,1%
Custo dos produtos vendidos / par	8,98	9,05	-0,7%	8,69	8,89	-2,2%
Lucro Bruto / par	7,55	5,80	+30,2%	7,41	5,87	+26,3%
Despesas Operacionais / par	4,26	4,13	+3,0%	4,05	4,02	+0,7%
EBITDA / par	3,29	1,66	+98,1%	3,36	1,85	+81,9%

Resultados Internacional (em R\$ milhões, % da receita líquida e milhões de pares)

(R\$ milhões milhões pares)	2T25	2T24	2T25 vs. 2T24	1S25	1S24	1S25 vs. 1S24
Volume	6,9	7,6	-9,7%	12,7	14,5	-12,6%
Europa	3,6	3,4	+5,9%	6,6	6,2	+5,6%
EUA	0,8	0,6	+29,6%	1,2	1,2	+0,0%
MDI	2,5	3,6	-31,2%	4,8	7,0	-31,0%
Receita Líquida	396,6	351,3	+12,9%	675,6	616,6	+9,6%
Europa	255,8	216,7	+18,0%	433,1	370,6	+16,9%
EUA	66,8	46,9	+42,3%	108,0	82,1	+31,6%
MDI	74,1	87,7	-15,5%	134,6	163,9	-17,9%
Custo dos produtos vendidos	120,5	133,4	-9,7%	218,7	245,9	-11,0%
Lucro Bruto	276,1	217,9	+26,7%	456,9	370,7	+23,3%
<i>Margem Bruta (%)</i>	<i>69,6%</i>	<i>62,0%</i>	<i>+7,6pp</i>	<i>67,6%</i>	<i>60,1%</i>	<i>+7,5pp</i>
Despesas Operacionais	218,9	222,0	-1,4%	366,7	358,3	+2,3%
EBITDA	57,2	(4,2)	-	90,2	12,4	-
<i>Margem EBITDA (%)</i>	<i>14,4%</i>	<i>(1,2%)</i>	<i>+15,6pp</i>	<i>13,4%</i>	<i>2,0%</i>	<i>+11,3pp</i>
(R\$ milhões R\$ / par)	2T25	2T24	2T25 vs. 2T24	1S25	1S24	1S25 vs. 1S24
Receita Líquida / par	57,65	46,13	+25,0%	53,41	42,59	+25,4%
Custo dos produtos vendidos / par	17,52	17,52	0,0%	17,29	16,99	1,8%
Lucro Bruto / par	40,13	28,61	40,3%	36,11	25,61	41,0%
Despesas Operacionais / par	31,81	29,15	9,1%	28,98	24,75	17,1%
EBITDA / par	8,32	(0,55)	-	7,13	0,86	-

Moeda constante (R\$ milhões milhões pares)	2T25	2T24	2T25 vs. 2T24	1S25	1S24	1S25 vs. 1S24
Volume	6,9	7,6	-9,7%	12,7	14,5	-12,6%
Europa	3,6	3,4	+5,9%	6,6	6,2	+5,6%
EUA	0,8	0,6	+29,6%	1,2	1,2	+0,0%
MDI	2,5	3,6	-31,2%	4,8	7,0	-31,0%
Receita Líquida	396,6	382,9	+3,6%	675,6	686,0	-1,5%
Europa	255,8	236,2	+8,3%	433,1	412,0	+5,1%
EUA	66,8	51,1	+30,5%	108,0	91,3	+18,3%
MDI	74,1	95,5	-22,5%	134,6	182,7	-26,3%
Custo dos produtos vendidos	120,5	128,5	-6,2%	218,7	273,9	-20,1%
Lucro Bruto	276,1	174,6	+58,1%	456,9	412,0	+10,9%
<i>Margem Bruta (%)</i>	<i>69,6%</i>	<i>57,6%</i>	<i>+12,0pp</i>	<i>67,6%</i>	<i>60,1%</i>	<i>+7,6pp</i>
Despesas Operacionais	218,9	155,7	+40,6%	366,7	397,7	-7,8%
EBITDA	57,2	18,9	+202,2%	90,2	14,4	-
<i>Margem EBITDA (%)</i>	<i>14,4%</i>	<i>6,2%</i>	<i>+8,2pp</i>	<i>13,4%</i>	<i>2,1%</i>	<i>+11,3pp</i>

Em moeda constante (R\$ milhões R\$ / par)	2T25	2T24	2T25 vs. 2T24	1S25	1S24	1S25 vs. 1S24
Receita Líquida / par	57,65	50,27	+14,7%	53,41	47,39	+12,7%
Custo dos produtos vendidos / par	17,52	16,87	+3,8%	17,29	18,92	-8,6%
Lucro Bruto / par	40,13	22,92	+75,1%	36,11	28,47	+26,9%
Despesas Operacionais / par	31,81	20,44	+55,7%	28,98	27,47	+5,5%
EBITDA / par	8,32	2,49	+234,6%	7,13	0,99	-

DRE (em R\$ milhões)

(R\$ milhões)	2T25	2T24	2T25 vs. 2T24	1S25	1S24	1S25 vs. 1S24
(=) Receita operacional líquida	1.101,4	1.016,5	+8,3%	2.193,8	1.948,3	+12,6%
(-) Custo dos produtos vendidos	(498,6)	(537,1)	-7,2%	(1.030,6)	(1.043,5)	-1,2%
(=) Lucro Bruto	602,8	479,4	+25,7%	1.163,3	904,8	+28,6%
<i>Margem Bruta (%)</i>	54,7%	47,2%	+7,6pp	53,0%	46,4%	+6,6pp
(-) Despesas Operacionais	(496,5)	(483,0)	+2,8%	(925,3)	(867,5)	+6,7%
Despesas com vendas	(362,4)	(379,8)	-4,6%	(691,2)	(662,3)	+4,4%
Despesas gerais e administrativas	(63,8)	(67,9)	-6,0%	(134,0)	(136,7)	-2,0%
Outras (despesas) operacionais, líquidas	(70,3)	(35,3)	+99,3%	(100,1)	(68,5)	+46,1%
(+) Resultado Financeiro	(15,4)	9,9	-	(36,1)	(2,0)	-
Receitas financeiras	31,8	36,7	-13,3%	65,5	66,7	-1,8%
Despesas financeiras	(37,5)	(51,9)	-27,8%	(80,2)	(100,0)	-19,7%
Variação cambial líquida	(9,6)	25,2	-	(21,4)	31,2	-
(=) EBT	90,9	6,3	-	201,9	35,3	+472,5%
(-) IR/CS	(16,3)	6,0	-	(8,1)	9,7	-
(=) Lucro Líquido Op. Continuadas (Exc. Eq. Patrimonial)	74,6	12,3	-	193,7	45,0	+330,7%
(+) Equivalência Patrimonial						
Lucro líquido (49,2% da Rothy's)	16,6	15,1	+9,9%	15,3	10,6	+44,3%
Ajuste de Resultado do exercício anterior	(0,0)	-	-	(0,9)	0,2	-
Amortização de mais-valia	(4,2)	(3,9)	+9,0%	(8,6)	(7,6)	+13,6%
Diluição de participação (Stock Option)	-	(0,0)	-	(0,1)	(0,0)	+65,6%
(=) Lucro Líquido Exercício	87,0	23,4	+271,1%	199,4	48,1	+314,6%
<i>Margem Líquida (%)</i>	7,9%	2,3%	+5,6pp	9,1%	2,5%	+6,6pp

Balanço Patrimonial (em R\$ milhões)

ATIVO	30/06/2025	31/12/2024	PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	30/06/2025	31/12/2024
CIRCULANTE			CIRCULANTE		
Caixa e equivalentes de caixa	864,6	1.488,5	Fornecedores	488,0	455,4
Contas a receber de clientes	988,3	997,9	Risco Sacado	137,3	170,8
Estoques	868,8	709,1	Empréstimos e financiamentos	264,5	251,4
Tributos a recuperar	219,8	179,3	Passivo de Arrendamento	38,1	38,1
Despesas antecipadas	57,1	46,4	Obrigações fiscais	61,9	79,5
Outros créditos	32,5	37,9	Plano de incentivo de longo prazo	8,4	5,9
Total do ativo circulante	3.031,1	3.459,1	Provisões e outras obrigações	170,0	139,2
			Obrigações trabalhistas e previdenciárias	162,6	173,3
			Provisão para contingências tributárias, cíveis e trabalhistas	13,2	16,7
			Juros sobre o capital próprio e dividendos a pagar	2,9	19,3
			Total do passivo circulante	1.347,0	1.349,6
NÃO CIRCULANTE			NÃO CIRCULANTE		
Aplicações Financeiras	14,0	13,2	Empréstimos e financiamentos	420,1	1.172,2
Tributos a recuperar	98,0	96,7	Passivo de Arrendamento	139,6	151,7
Imposto de renda e contribuição social diferidos	257,1	291,0	Imposto de renda e contribuição social diferidos	0,1	0,1
Depósitos judiciais	29,3	36,8	Provisão para contingências tributárias, cíveis e trabalhistas	8,1	2,4
Outros créditos	13,0	56,6	Plano de incentivo de longo prazo	5,7	4,5
Ativo realizável à longo prazo			Contas a pagar pela aquisição de controlada	85,6	82,8
Investimentos	746,5	835,6	Outras obrigações	17,8	16,7
Imobilizado	1.400,5	1.430,1	Obrigações Fiscais	37,3	23,4
Ativo direito de uso	160,9	174,6	Total do passivo não circulante	714,2	1.453,7
Intangível	444,3	446,0			
Total do ativo não circulante	3.163,6	3.380,6	PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
			Capital social	3.906,9	3.906,9
			Reservas de capital	200,7	189,4
			Reserva de lucros	39,3	39,3
			Lucro (Prejuízos) acumulados	200,3	-
			Proposta de JCP Adicionais	-	51,5
			Outros Resultados abrangentes	(213,4)	(151,5)
			Patrimônio líquido atribuído aos acionistas controladores	4.133,6	4.035,6
			Participação dos acionistas não controladores no patrimônio líquido das controladas	(0,1)	0,8
			Total do patrimônio líquido	4.133,5	4.036,4
TOTAL DO ATIVO	6.194,7	6.839,7	TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	6.194,7	6.839,7

Fluxo de Caixa (em R\$ milhões)

(R\$ milhões)	2T25	2T24
Caixa líquido (utilizado) / gerado pelas atividades operacionais	231,0	486,4
Ajustes para reconciliar o lucro líquido do exercício proveniente das operações continuadas ao caixa líquido gerado pelas atividades operacionais	463,6	296,1
Lucro líquido do exercício proveniente das operações continuadas	199,4	48,1
Depreciação e amortização	108,8	97,2
Resultado na venda/baixa do imobilizado	0,3	1,4
Resultado da equivalência patrimonial	(5,6)	(3,1)
Juros, variações monetárias e cambiais	82,3	46,7
Provisão para contingências trabalhistas, cíveis e tributárias	29,5	32,8
Imposto de renda e contribuição social correntes e diferidos	8,1	(9,7)
Perdas nos estoques – provisão e ajuste de inventário	3,1	42,6
Provisão para perda esperada (impairment) do contas a receber	4,5	7,3
Atualização monetária de depósitos judiciais e créditos tributários	(0,3)	(9,0)
Outras provisões	-	0,1
Provisão de juros - IFRS 16	7,3	7,7
Depreciação de direito de uso - IFRS 16	22,2	23,0
Provisão para plano de incentivo de Longo Prazo	4,0	11,1
Redução (aumento) nos ativos e passivos	(157,7)	287,4
Contas a receber de clientes	(32,2)	120,2
Estoques	(167,2)	44,8
Despesas antecipadas	(12,3)	(3,9)
Impostos a recuperar	(43,3)	102,9
Fornecedores	22,9	(26,5)
Obrigações tributárias	57,4	(4,0)
Obrigações trabalhistas e previdenciárias	(9,8)	47,0
Contingências	(27,3)	(23,3)
Outros	54,0	30,1
Caixa (utilizado) / gerado nas operações	305,9	583,5
(Pagamentos) / ressarcimento de imposto de renda e contribuição social	(37,7)	(7,0)
Pagamento de encargos, de empréstimos e financiamentos	(31,3)	(84,2)
Pagamento de juros de arrendamento mercantil IFRS 16	(5,8)	(6,0)
Caixa líquido (utilizado) nas atividades de investimento	(81,7)	(33,3)
Aquisições de imobilizado e intangível	(81,7)	(35,0)
Aplicações financeiras	-	1,7
Caixa líquido gerado pelas (utilizado nas) atividades de financiamento	(778,4)	(111,2)
Captações de empréstimos e financiamentos	189,0	75,1
Pagamento de empréstimos e financiamentos – Principal	(884,2)	(163,8)
Pagamento de juros sobre o capital próprio e dividendos	(61,1)	(0,0)
Pagamento de principal de arrendamento mercantil - IFRS 16	(22,0)	(22,6)
Efeito de variação cambial sobre caixa e equivalentes de caixa	5,2	11,3
Aumento (redução) de caixa e equivalentes de caixa	(623,9)	353,1
Saldo inicial do caixa e equivalentes de caixa	1.488,5	922,5
Saldo final do caixa e equivalentes de caixa	864,6	1.275,6



ALPARGATAS

RELAÇÕES COM INVESTIDORES
ri@alpargatas.com

