

INSPIRADOS PELAS PESSOAS  
INSPIRADOS PELAS PESSOAS  
INSPIRADOS PELAS PESSOAS

# VIDEOCONFERÊNCIA RESULTADOS 1T25



# DISCLAIMER

Essa apresentação inclui projeções, declarações a respeito de eventos ou circunstâncias ainda não ocorridas ou estimativas. Essas projeções e estimativas têm por embasamento, em grande parte, as expectativas atuais da Companhia, projeções sobre os eventos futuros e tendências financeiras que afetam o negócio. Essas estimativas estão sujeitas a riscos, incertezas e suposições, que incluem, entre outras: condições gerais econômicas, políticas comerciais no Brasil e nos mercados onde a Alpargatas atua; expectativas de tendências para a indústria; planos de investimento; capacidade de desenvolvimento e entrega de produtos nas datas previamente acordadas; e regulamentações governamentais existentes e futuras.

As palavras: acredita, pode, poderá, estima, continua, antecipa, pretende, espera, e termos similares, têm por objetivo identificar expectativas. A Alpargatas não se sente obrigada a publicar atualizações ou revisar quaisquer estimativas em decorrência de novas informações, eventos futuros ou quaisquer outros acontecimentos. Em vista dos riscos e incertezas, as estimativas, eventos e circunstâncias sobre o futuro podem não ocorrer. Os resultados reais da Companhia podem diferir substancialmente daqueles mencionados nessas expectativas.

## Destaques 1T25

### MARKETING E PORTFOLIO

Lançamento de produtos que endereçam novas ocasiões de uso, Coleção 25/26 endereçando gaps de portfolio.  
Melhora do retorno sobre os Investimentos de marketing e continua construção da marca no Brasil e no Mundo.

### MODELO DE CRESCIMENTO

Brasil:

- Crescimento de sell-out nos canais menos penetrados – Especializado e Autosserviço Moderno.
- Recuperação de marketshare yoy.
- Expansão de margens.
- Tática de abastecimento para efetividade da troca de coleção.

Internacional:- Europa – Ganho de escala, reconstrução da Marca e avanços operacionais.

- EUA – Melhoria na rentabilidade.
- Mercados Distribuidores – Foco nas geografias prioritárias e padronização das políticas comerciais.

### CONSTRUÇÃO DE CAPABILITIES E ALOCAÇÃO DE CAPITAL

Consolidação da cultura.

Captura das melhorias implementadas ao longo de 2024 – OTIF (~78%), S&OP, otimização fabril, RGM global.

Disciplina na gestão de despesas - redução de 5 p.p. de SG&A (ex-mkt) como percentual da Receita Líquida.

### ROTHY'S

A situação tarifária entre os EUA e a China continua incerta, foco na manutenção das margens e vendas.

Operação não foi impactada no primeiro trimestre. Estoque de segurança para atender demanda do 2T25.

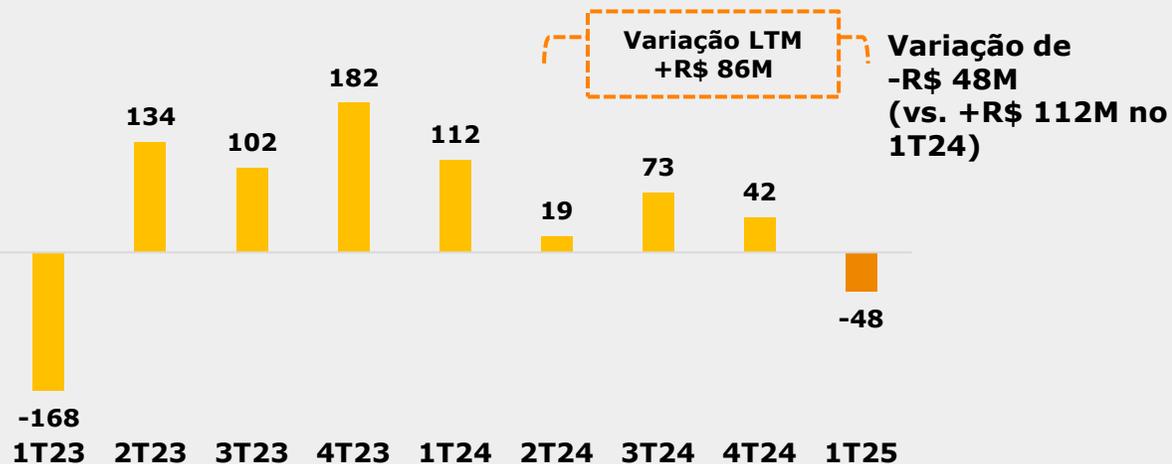
Continuidade dos esforços para aumento da rentabilidade.

Desenvolvimento de novos canais de vendas.

# ALPARGATAS – PRESERVAÇÃO DE CAIXA

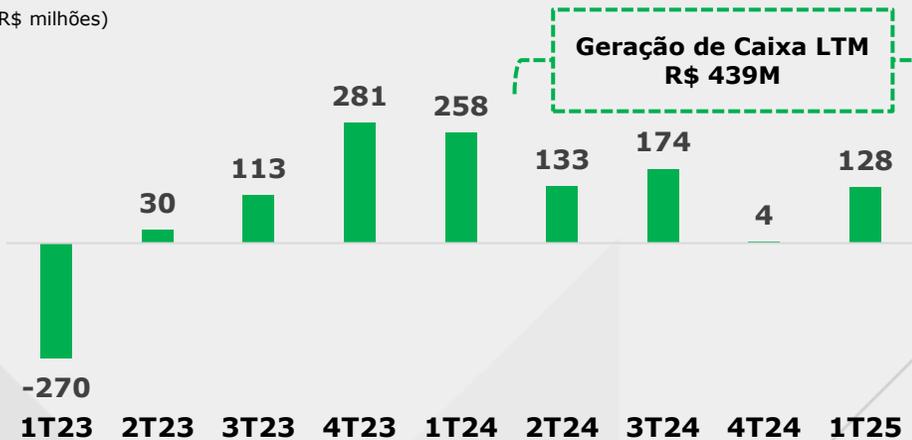
## VARIAÇÃO DE WORKING CAPITAL

(R\$ milhões)



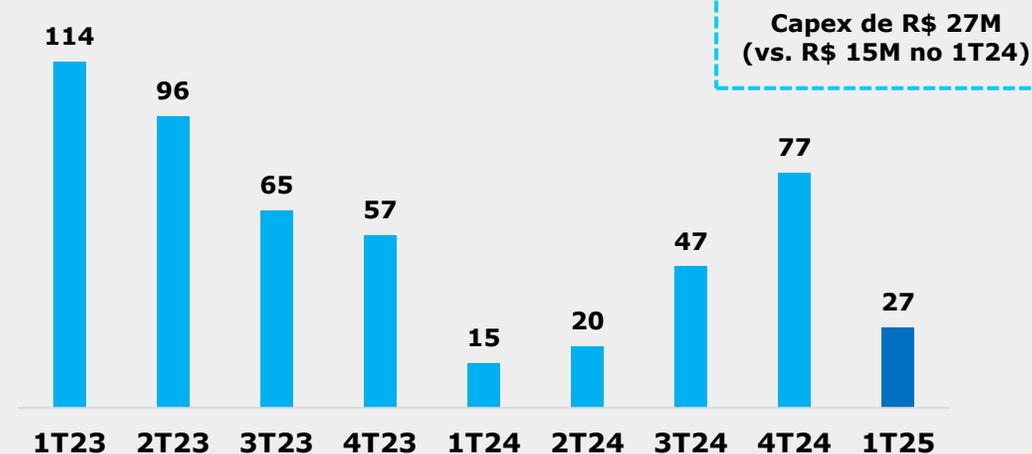
## GERAÇÃO DE CAIXA

(R\$ milhões)



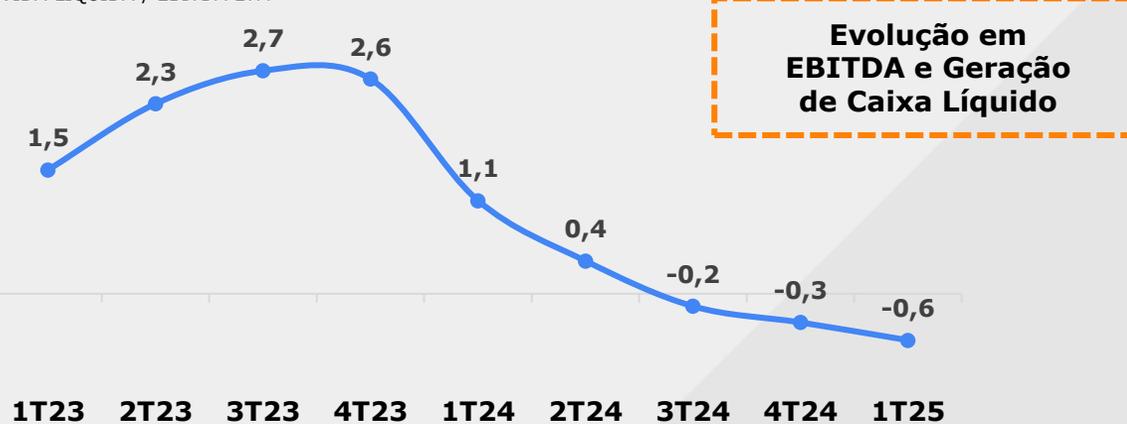
## CAPEX

(R\$ Milhões)



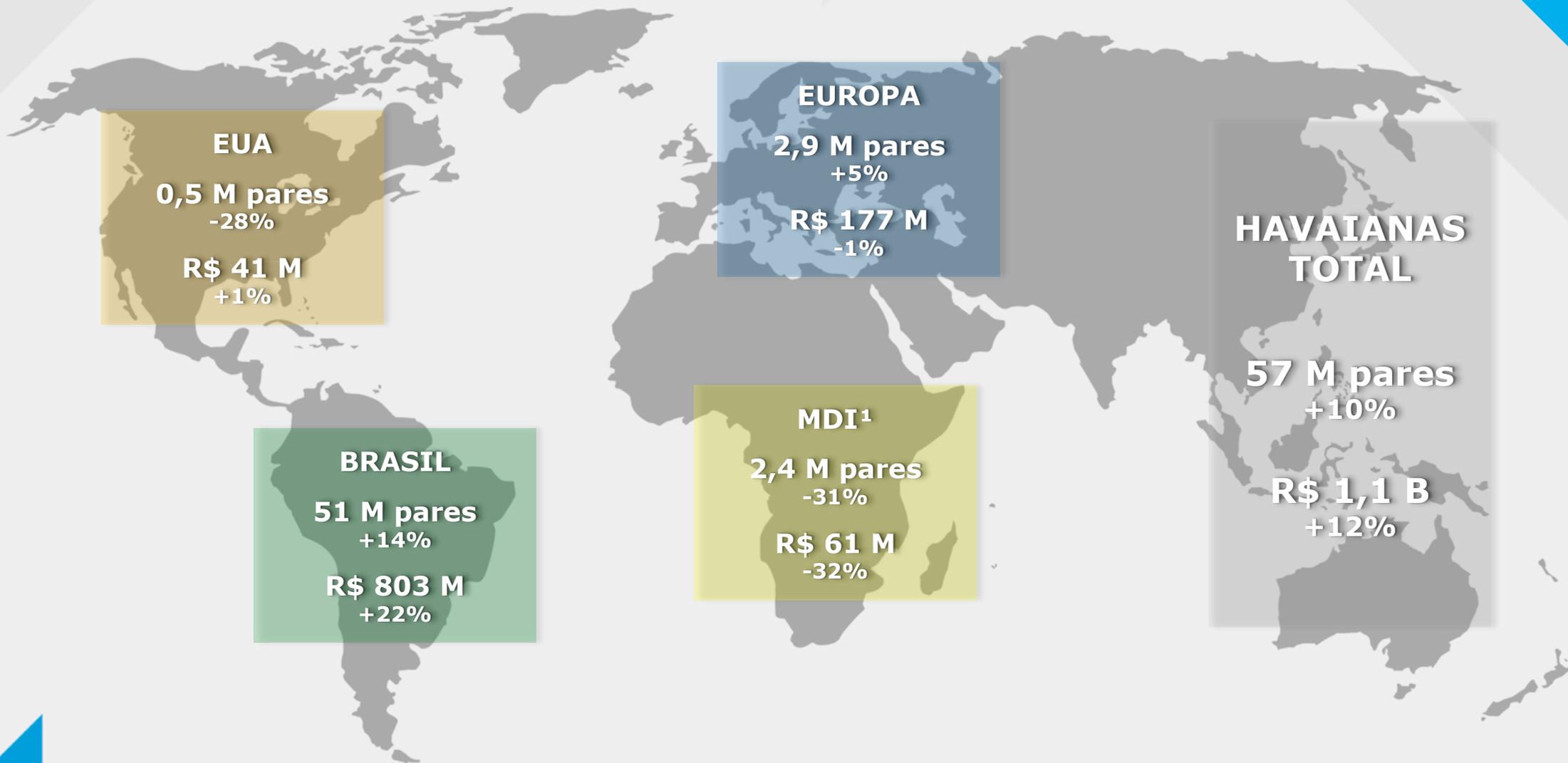
## ALAVANCAGEM

DÍVIDA LÍQUIDA / EBITDA LTM



# HAVAIANAS – VOLUME e RECEITA LÍQUIDA - 1T25 vs. 1T24

(em moeda constante)



1. MDI = Mercados Distribuidores Internacionais, composto por todos os países atendidos indiretamente por distribuidores na América Latina (ex. Brasil), África, Ásia, Oriente Médio e Oceania.

# HAVAIANAS – 1T25 vs. 1T24

**havaianas®**

**BRASIL**

**+14%  
VOLUME**

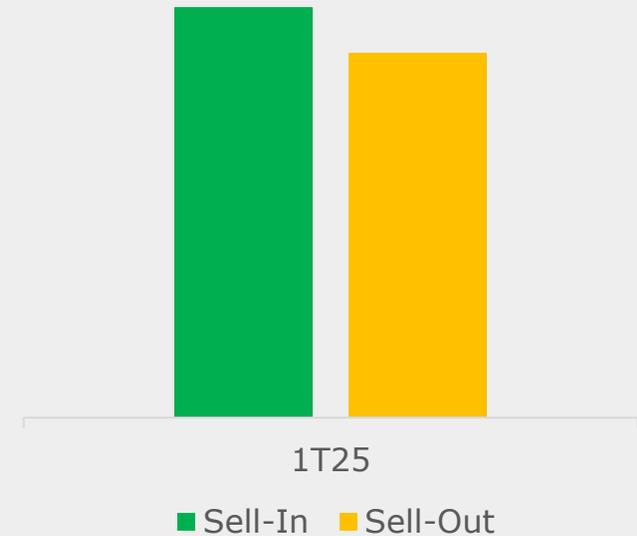
**+7%  
RECEITA  
LÍQUIDA /  
PAR**

**+22%  
RECEITA  
LÍQUIDA**

**2%  
SELL-OUT**

Variação Sell-in vs. Sell-out

**+5.6M**



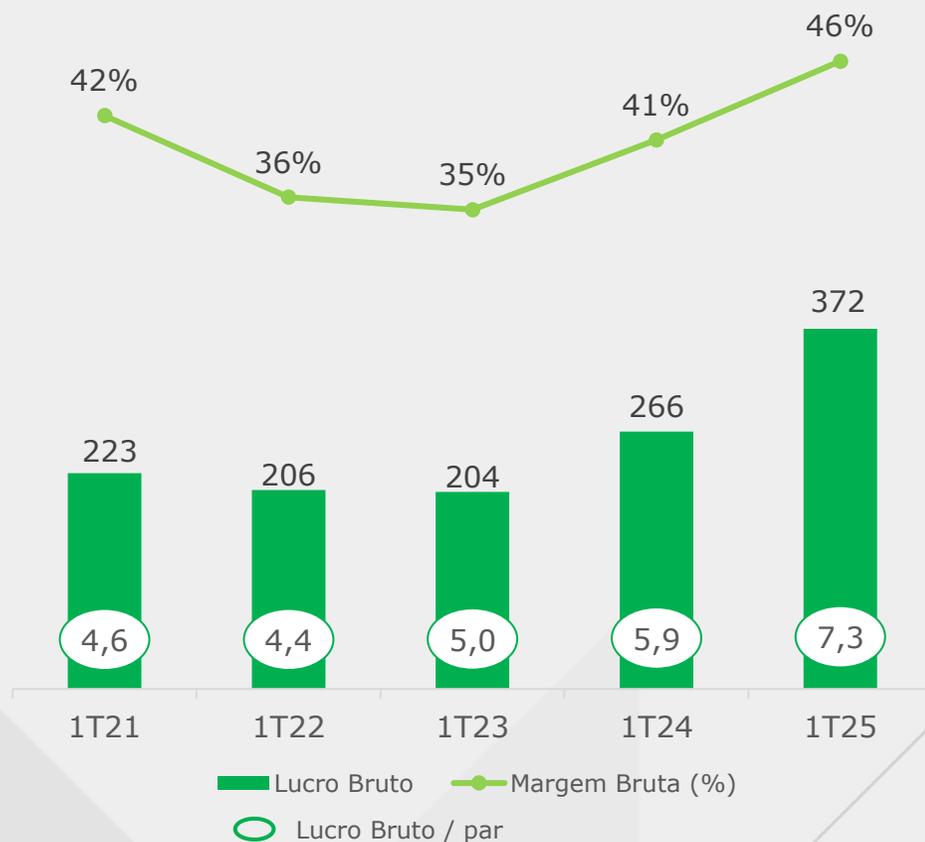
# HAVAIANAS BRAZIL – LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA

## LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA

**+40%**  
LUCRO  
BRUTO

**+6pp**  
MARGEM  
BRUTA

**+23%**  
LUCRO  
BRUTO/PAR

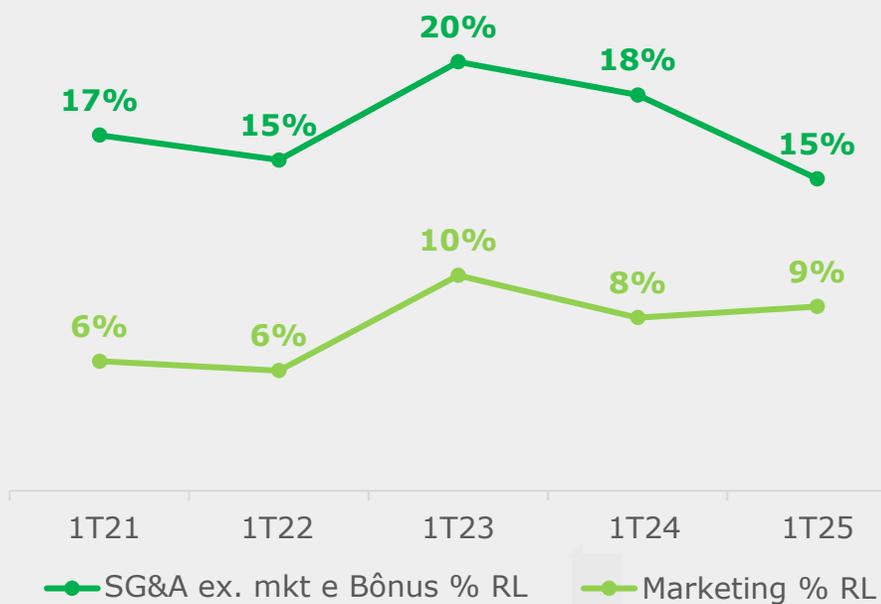


# HAVAIANAS BRASIL – SG&A, EBITDA E MARGEM EBITDA

## SG&A

**+0.5pp**  
Marketing  
% RL

**-3pp**  
SG&A (ex. Mkt  
e Bônus) % RL

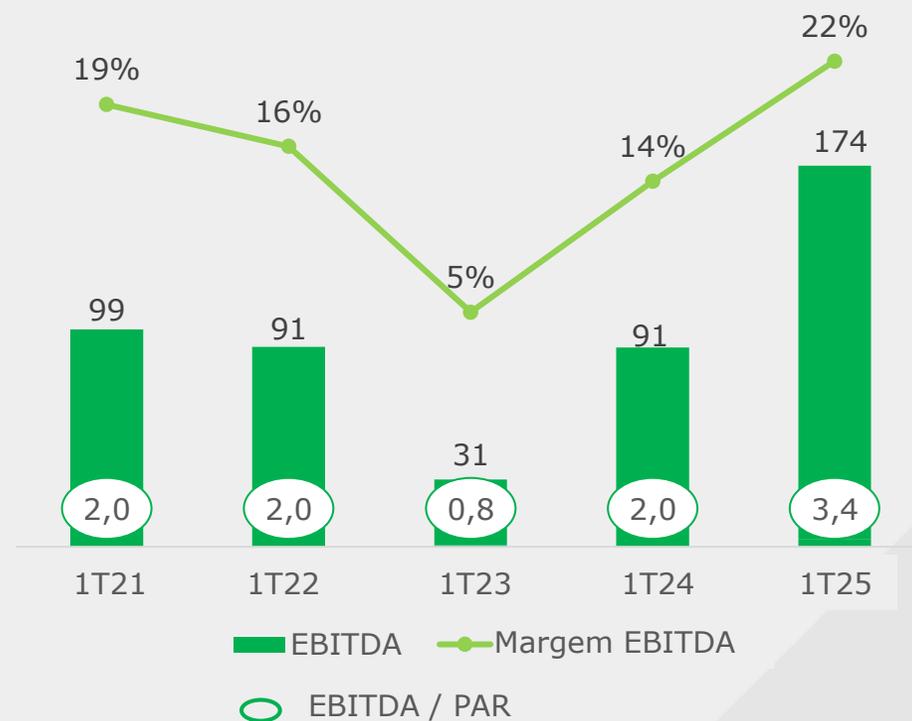


## EBITDA E MARGEM EBITDA

**+92%**  
EBITDA

**+8pp**  
MARGEM  
EBITDA

**+68%**  
EBITDA/PAR



# HAVAIANAS INTERNACIONAL – 1T25 vs. 1T24

(em moeda constante)

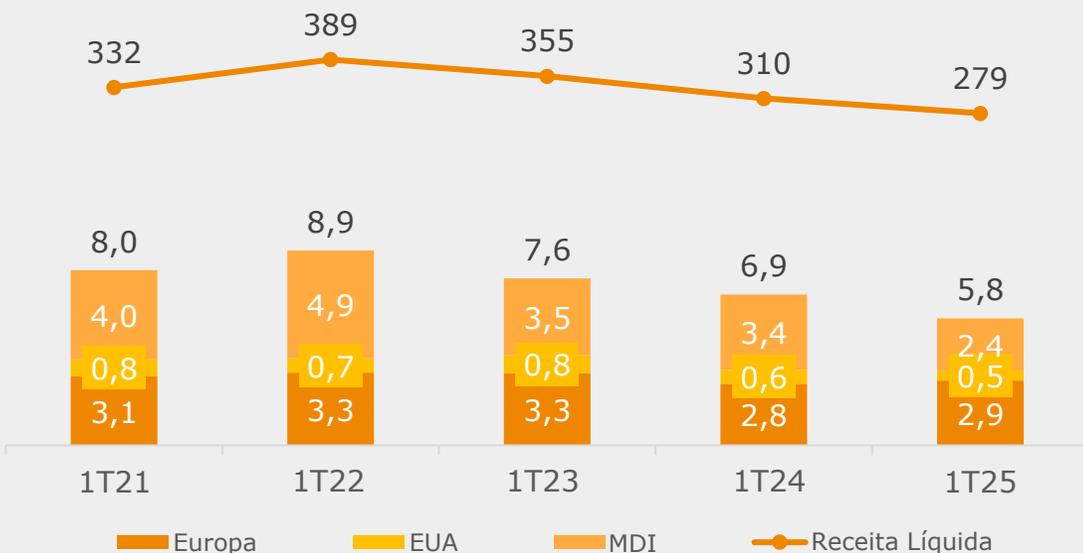
**havaianas®**

**INTERNACIONAL** Europa com crescimento de volume.

**-16%**  
VOLUME

**-10%**  
RECEITA  
LÍQUIDA

**+7%**  
RECEITA  
LÍQUIDA/PAR



**EUROPA**

**+5%**  
VOLUME

**-1%**  
RECEITA LÍQUIDA

**-6%**  
RECEITA  
LÍQUIDA/PAR

**EUA**

**-28%**  
VOLUME

**+1%**  
RECEITA LÍQUIDA

**+40%**  
RECEITA  
LÍQUIDA/PAR

**MDI**

**-31%**  
VOLUME

**-32%**  
RECEITA LÍQUIDA

**-2%**  
RECEITA  
LÍQUIDA/PAR



# HAVAIANAS INTERNACIONAL – LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA

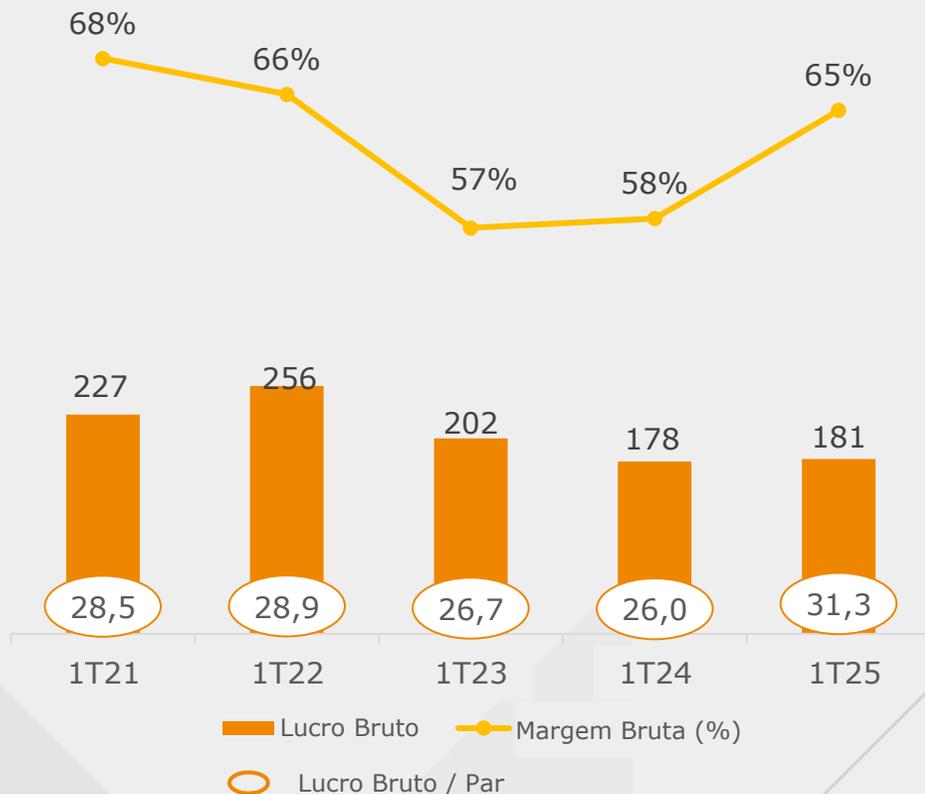
(em moeda constante)

## Lucro Bruto e Margem Bruta

**+1%**  
**LUCRO BRUTO**

**+7pp**  
**MARGEM BRUTA**

**+21%**  
**LUCRO BRUTO / PAR**



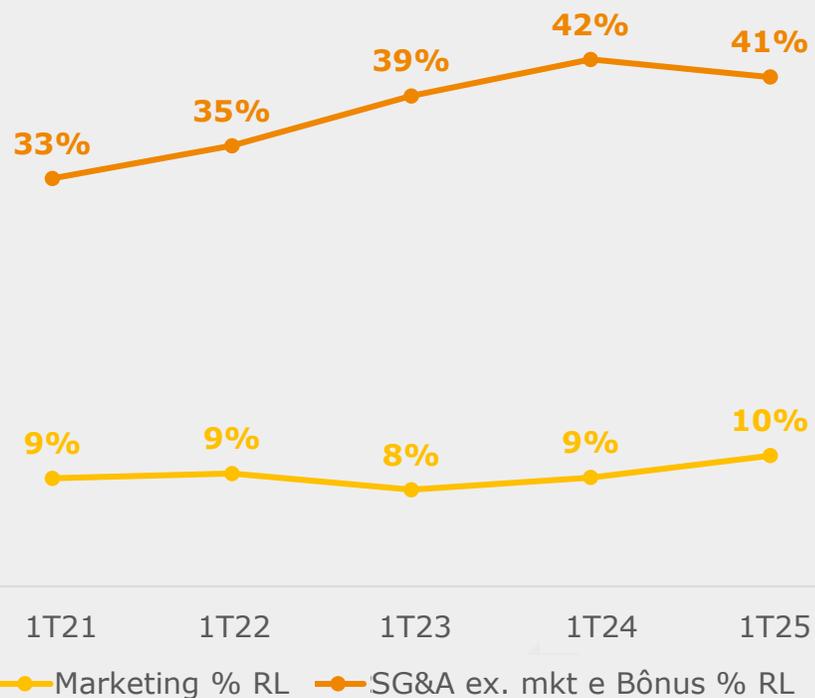
# HAVAIANAS INTERNACIONAL – SG&A, EBITDA E MARGEM EBITDA

(em moeda constante)

## SG&A

**+2pp**  
Marketing  
% RL

**-2pp**  
SG&A (ex. Mkt  
e bônus) % RL

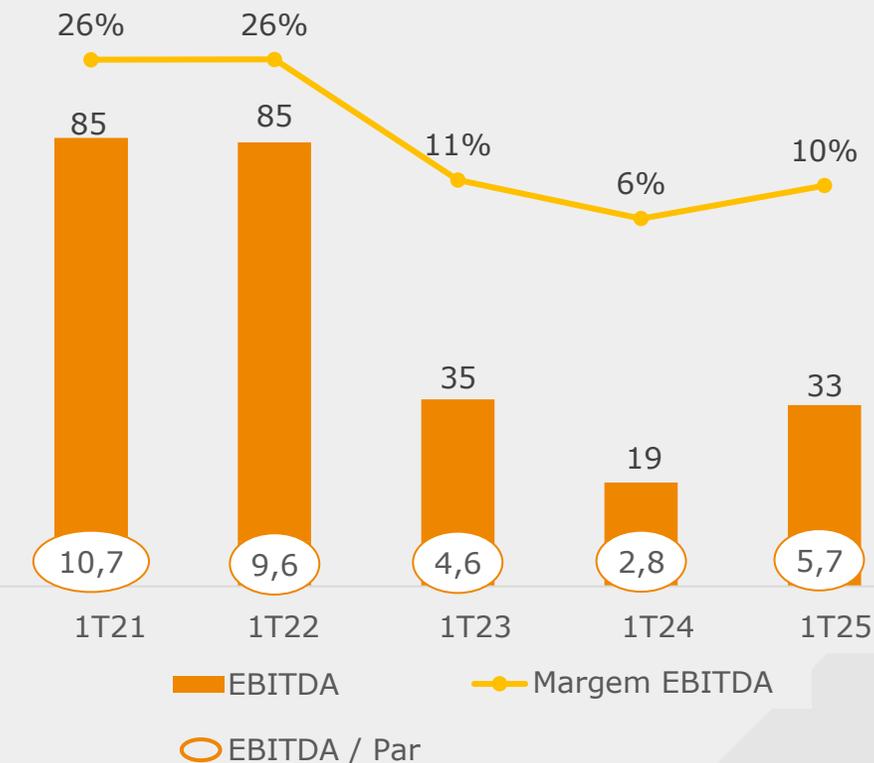


## EBITDA E MARGEM EBITDA

**+71%**  
EBITDA

**+4pp**  
MARGEM  
EBITDA

**+103%**  
EBITDA / PAR



# ROTHY'S

## RECEITA LÍQUIDA

**USD 43M**

(+20% vs. 1T24)

## EBITDA

**USD 0,8M**

(+USD 2,4M vs. 1T24)

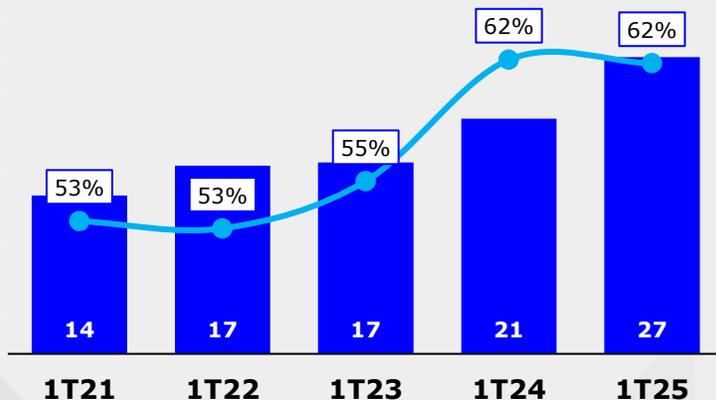
## PREJUÍZO

**-USD 0,4M**

(+USD 1,5M vs. 1T24)

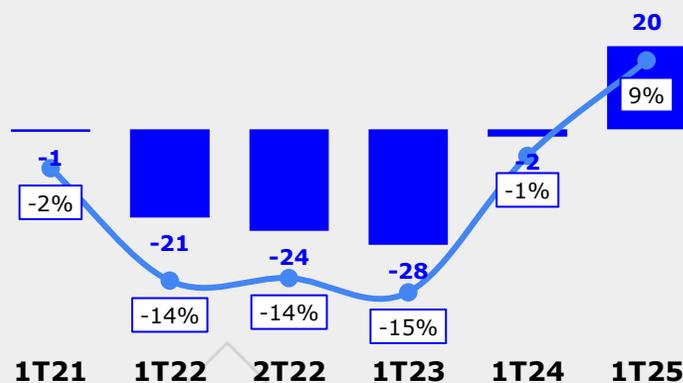
### EVOLUÇÃO LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA

(USD Milhões e %RL)



### EVOLUÇÃO EBITDA E MARGEM LTM

(USD Milhões e %RL)



## RECEITA LÍQUIDA

- Receita Líquida cresce impulsionada pelas vendas B2B

## LUCRO BRUTO

- Portfolio descontado vs 1T24
- Sem impacto de Tarifas no trimestre

## SG&A

- Faseamento de Investimentos em TI e Marketing

## EBITDA

- EBITDA LTM de USD 20M

## DESTAQUES FINANCEIROS CONSOLIDADOS | ALPARGATAS

<b>PRINCIPAIS INDICADORES FINANCEIROS</b> (R\$ milhões)	<b>1T25</b>	<b>1T24</b>	<b>1T25 vs. 1T24</b>
<b>Receita Líquida</b>	<b>1.092,5</b>	<b>931,8</b>	<b>+17,2%</b>
<b>Lucro Bruto</b>	<b>560,5</b>	<b>425,4</b>	<b>+31,8%</b>
<i>Margem Bruta (%)</i>	<i>51,3%</i>	<i>45,7%</i>	<i>+5,7pp</i>
<b>EBITDA Ajustado<sup>1</sup></b>	<b>206,0</b>	<b>110,0</b>	<b>+87,3%</b>
<i>Margem EBITDA Ajustada (%)</i>	<i>18,9%</i>	<i>11,8%</i>	<i>+7,1pp</i>
<b>Equivalência Patrimonial</b>	<b>(6,7)</b>	<b>(8,0)</b>	<b>+16,9%</b>
<b>Lucro Líquido</b>	<b>112,4</b>	<b>24,7</b>	<b>-</b>
<i>Margem Líquida (%)</i>	<i>10,3%</i>	<i>2,6%</i>	<i>+7,6pp</i>

1. Excluí o impacto de itens extraordinários.

INSPIRADOS PELAS PESSOAS · INSPIRADOS PELAS PESSOAS · INSPIRADOS PELAS PESSOAS



# ALPARGATAS

**INVESTOR RELATIONS**  
ri@alpargas.com

