



ALPARGATAS

Divulgação de Resultados – 2T26

VIDEOCONFERÊNCIA

07 de agosto de 2026 | Sexta-feira

Português

09:00 (BRT) | 08:00 (EST)

Tradução simultânea para inglês

[Acesso ao Zoom](#)

Mensagem da Administração

Em continuidade à nossa longa jornada de transformação, celebramos, mais uma vez, avanços concretos em diversas frentes que definimos como prioritárias. Os resultados registrados no 2T26 consolidam a efetividade das iniciativas implementadas e das decisões estratégicas realizadas ao longo dessa trajetória. A Alpargatas registrou um **EBITDA Ajustado de R\$286 milhões**, com **margem EBITDA de 23,3%**, o melhor resultado para um segundo trimestre da nossa série histórica. Temos conseguido manter nossa marca cada dia mais fortalecida, o que se traduz também na retomada de nosso crescimento, tanto no Brasil quanto no mercado internacional. Essa combinação de crescimento de vendas com disciplina de custos e despesas tem nos permitido alcançar margens saudáveis e crescentes. Mais do que celebrar os ganhos até aqui, seguimos confiantes na estratégia adotada e comprometidos com a preparação contínua da Alpargatas para capturar as oportunidades que temos adiante.

A operação de Havaianas consolidada atingiu **R\$1,2 bilhão de Receita Líquida**, com variação de **11% vs 2T25**. Esse crescimento reflete o **aumento de 9% no volume de pares vendidos**, totalizando 46 milhões de pares no Brasil e 7,7 milhões nas operações internacionais. Além disso, o ticket por par foi beneficiado pela melhora de mix de canais no Brasil e desempenho positivo na nossa operação internacional, com destaque para Europa, onde nossa jornada de retomada segue evoluindo gradativamente, com uma execução mais ajustada. O **Lucro Bruto totalizou R\$691 milhões, crescimento de 14,6%** comparado ao mesmo período do ano anterior, com **margem bruta de 56,3%, expansão de 1,6p.p.** quando comparada ao 2T25, evidenciando a evolução operacional observada no período. O EBITDA consolidado da marca foi de **R\$283 milhões, expansão de 45%** e margem de **23%, +5,4 p.p.** vs 2T25. O resultado do trimestre é a combinação da recomposição de escala produtiva e a consolidação do nível de serviço acima de 80%, além da maior integração entre planejamento, produção e execução comercial.

A **geração de caixa foi de R\$74 milhões** no trimestre ou R\$463 milhões nos últimos 12 meses. Pelo segundo trimestre consecutivo reportamos **alavancagem financeira de 0,5x Dívida Líquida/EBITDA**. Na dinâmica de capital de giro, registramos consumo de **R\$47 milhões no trimestre**. Em dias de receita, nosso ciclo de caixa se manteve estável em relação ao 1T26, e ligeiramente maior que no 2T25, devido a uma combinação de menores estoques, compensados por maior volume de recebíveis sobretudo na Europa. Vale destacar que esses movimentos ocorreram sem alterações relevantes nas políticas comerciais com clientes ou nas condições de pagamento a fornecedores. Além disso, neste trimestre, o **investimento** na implementação de nossos projetos prioritários totalizou **R\$54 milhões**, em linha com o plano previsto no orçamento de capital de **R\$243 milhões para o ano**.

Havaianas Brasil

No Brasil, após a antecipação de volumes realizada no trimestre anterior para suportar a virada de coleção, colhemos os resultados dos ajustes implementados na dinâmica dos canais, com crescimento de **13% no sell-out**. A venda do período totalizou **46 milhões de pares**, representando um **crescimento de 9%** em relação ao 2T25 e com **ganhos de 2,1 p.p. de market share** ao final do trimestre no canal alimentar. Seguimos focados no equilíbrio de *sell-in* e *sell-out*, garantindo a saúde do estoque na cadeia.

No 2T26, apresentamos **crescimento de 17% de Receita Líquida** no Brasil, com **aumento de 7% da receita por par**, explicado pelo melhor mix de canais e produtos. A **Margem Bruta** do trimestre foi de **48%** e a **Margem EBITDA de 20%**, mais uma vez alcançando os **maiores níveis de margens já registrados** pela Companhia em um segundo trimestre. Neste trimestre, realizamos um maior volume de investimentos em marketing, totalizando cerca de **10% da receita líquida** no Brasil, impulsionados pelas ativações relacionadas à Copa do Mundo. Vale ressaltar que, apesar de os investimentos em marketing representarem uma expansão de 3 p.p. em relação ao 2T25, o nível registrado nos últimos **12 meses foi de 8% da receita**, patamar que consideramos saudável para a marca na operação brasileira. Os investimentos relacionados à Copa do Mundo fazem parte do calendário global da marca e refletem nossa estratégia de manter conexão frequente e relevante com os consumidores, aproveitando momentos de grande mobilização global e de forte engajamento do público brasileiro.

Mensagem da Administração

Havaianas Internacional

A operação internacional segue em uma trajetória de recomposição de escala com foco na disciplina comercial e na eficiência operacional. A **Receita Líquida** do trimestre foi de **R\$406 milhões**, refletindo o crescimento de 12% de pares vendidos, na comparação com o mesmo período do ano anterior.

Na **Europa**, os ajustes implementados nos últimos anos, tanto na execução comercial quanto no nível de serviço, foram fundamentais para recompor nossa credibilidade junto aos clientes e garantir a disponibilidade do produto desejado no canal adequado. No 2T26 foram vendidos **4,4 milhões** de pares, crescimento de **21%** vs o 2T25. O *sell-out* do período também apresentou bom ritmo de crescimento no trimestre sazonalmente mais importante para a operação dessa geografia.

Nos Estados Unidos, a transição para o novo modelo de negócios segue avançando em bom ritmo, com expansão relevante do *sell-through*, que representa as vendas realizadas pelo distribuidor ao varejo. Nosso volume de *sell-in* apresentou **retração de 30% no trimestre**, redução completamente explicada pelo diferente perfil sazonal trazido pelo novo modelo de negócios, dado que no 2T25 ainda operávamos no modelo direto no mercado americano. Na visão acumulada do **1S26**, que oferece uma base de comparação mais adequada, nossos **volumes de vendas cresceram 40%** em relação ao mesmo período do ano anterior. O resultado da operação americana nos primeiros seis meses deste ano interrompe uma série de perdas históricas ao longo de muitos anos, ao mesmo tempo em que rompe a barreira de volume de pares vendidos na região e reforça nossa confiança de que o novo modelo de negócios nos direciona para uma operação mais saudável, mais capilar e com múltiplas oportunidades de crescimento.

No 2T26, nos mercados em que operamos por meio de distribuidores (MDI), nas regiões de APAC, MEA e América Latina, retomamos o crescimento de volumes, com expansão de **12%** em relação ao mesmo período do ano anterior, totalizando **2,8 milhões de pares**. No trimestre, o forte crescimento de volumes na América Latina e Ásia mais do que compensou os impactos dos conflitos geopolíticos no Oriente Médio observados em algumas geografias.

A **Margem Bruta** consolidada da **Havaianas Internacional** atingiu **73%**, **expansão de 3p.p.** comparada ao 2T25. Este nível de margens brutas retoma os patamares que havíamos alcançado no 2T21, quando tínhamos uma escala operacional 3,5 milhões de pares maior no mercado internacional, evidenciando a evolução estrutural da rentabilidade da operação internacional. Este resultado explicita o potencial de captura de rentabilidade em nosso negócio e a importância de seguirmos nesta trajetória de crescimento de escala no mercado internacional. O **EBITDA da operação internacional foi de R\$117 milhões** no trimestre, com **Margem EBITDA de 29%**, refletindo a combinação do bom desempenho comercial na Europa, a mudança do modelo de negócios dos Estados Unidos, a disciplina de despesas em todas as geografias e os ajustes comerciais implementados.

Rothy's

No 2T26, a Rothy's obteve uma **Receita Líquida de US\$61 milhões**, uma **redução de 3% na comparação com o 2T25**, explicada pela retração do volume de vendas no e-commerce. A **Margem Bruta** atingiu **67%**, uma expansão de 6 p.p., na comparação anual, beneficiada pelo reembolso realizado pelo governo dos Estados Unidos referente às tarifas cobradas sobre produtos importados da China no ano passado.

Como resultado, o **EBITDA trimestral totalizou US\$6,5 milhões**, o que representa reversão dos resultados negativos do último trimestre, em que a Companhia havia sofrido impacto do fechamento de lojas devido às condições extremas de clima nos primeiros meses do ano e à taxação dos Estados Unidos sobre produtos importados da China.

Mensagem da Administração

Marca e Estratégia de Marketing

Em Marketing e Produto, o trimestre foi marcado pela Copa do Mundo de 2026, um dos principais momentos do calendário global de Havaianas neste ano. Com a campanha “Molho Brasileiro”, protagonizada pelo embaixador global Vini Jr., **reforçamos a brasilidade como um dos principais ativos da marca, conectando futebol, cultura e o jeito brasileiro de estar no mundo**. A campanha ganhou escala tanto no Brasil quanto internacionalmente, com destaque para os Estados Unidos, combinando ativações de marca, presença em pontos estratégicos e uma forte agenda digital. No Brasil, ampliamos ainda a conexão entre comunicação e execução comercial por meio de parcerias com importantes varejistas, reforçando nossa capacidade de traduzir momentos de alta relevância cultural em desejo pela marca, engajamento com consumidores e oportunidades comerciais. Além das iniciativas voltadas ao fortalecimento da marca, celebramos também uma bem-sucedida virada de coleção, que demonstrou a forte aderência dos produtos lançados às demandas e preferências dos consumidores.

O período foi marcado também por iniciativas como a collab com Isabel Marant, ampliando a presença de Havaianas no universo da moda internacional, e a ativação global em torno de “O Diabo Veste Prada”, conectando a marca a um dos ícones da cultura pop e da moda.

É importante ressaltar que o maior nível de investimentos em marketing registrado no trimestre está alinhado ao calendário da marca, que prioriza momentos de maior conexão com os consumidores e potencial de visibilidade, podendo variar de um ano para outro.

No Brasil, os **investimentos seguiram sustentando a liderança da marca** e suportando a operação comercial em todos os canais. Na operação internacional, a estratégia permanece focada na seletividade dos investimentos, **priorizando mercados, canais e iniciativas com maior potencial de retorno** e contribuição para o fortalecimento da marca no longo prazo.

A disciplina na gestão do portfólio e a racionalização dos lançamentos seguem como pilares importantes, permitindo maior profundidade de distribuição, melhor execução comercial e evolução consistente do mix de produtos, com destaque para os segmentos masculino e infantil.

Perspectivas

Seguimos avançando em 2026 com **confiança na estratégia definida e na capacidade da Alpargatas de entregar resultados consistentes e sustentáveis**. A evolução observada nos últimos trimestres reforça a solidez das escolhas realizadas e nos permite olhar para os próximos anos a partir de uma base mais sólida, eficiente, disciplinada e preparada para capturar as oportunidades de crescimento do nosso negócio no longo prazo.

No Brasil, continuamos focados na expansão sustentável, preservando a liderança no canal alimentar e aprimorando continuamente nossa execução nos canais especializados. No ambiente internacional, seguimos atentos à recomposição gradual de volumes, à consolidação do novo modelo de negócios nos Estados Unidos e ao fortalecimento da marca nas principais geografias.

Os resultados alcançados reforçam a resiliência do nosso modelo de negócio. A evolução da operação internacional, aliada à maior diversificação geográfica das receitas e ao contínuo fortalecimento da eficiência operacional, contribui para uma geração de resultados mais consistente ao longo do tempo. Ao mesmo tempo, a natureza da nossa estrutura de custos e os mecanismos de gestão do negócio reduzem a sensibilidade da Companhia a oscilações pontuais de variáveis externas, permitindo manter o foco na execução da estratégia e na criação de valor ao acionista.

E assim, estamos confiantes em nossa capacidade de construir o próximo capítulo da história da Alpargatas. Um capítulo que se propõe a se apropriar dos avanços implementados ao longo dessa jornada, ao mesmo tempo em que busca inovação e conexão com as tendências de consumo ao redor do mundo. Com uma estratégia clara, resultados sólidos e disciplina na execução e na alocação de recursos, seguiremos nos **preparando para a captura das oportunidades à nossa frente**, fortalecendo nosso negócio core e ampliando, de maneira sustentável, a relevância global de Havaianas.

Resultado Alpargatas 2T26

Volume Havaianas Brasil
46 milhões de pares vs.
42 milhões no 2T25



Volume Havaianas Internacional
8 milhões vs.
7 milhões no 2T25

Receita líquida
R\$ 1,2 bilhão vs.
R\$ 1,1 bilhão no 2T25



Lucro Bruto
R\$ 691 milhões vs.
R\$ 603 milhões no 2T25

Margem Bruta
56,3% vs. 54,7% no 2T25



EBITDA Ajustado
R\$ 286 milhões vs.
R\$ 193 milhões no 2T25

Margem EBITDA Ajustada
23,3% vs. 17,5% no 2T25



Lucro Líquido
R\$ 170 milhões vs.
R\$ 87 milhões no 2T25

Principais Indicadores Operacionais e Financeiros

(milhões pares)	2T26	2T25	2T26 vs. 2T25	1S26	1S25	1S26 vs. 1S25
Volume	53,3	48,8	+9,0%	114,7	105,6	+8,7%
Havaianas Brasil	45,6	42,0	+8,6%	100,4	92,9	+8,1%
Havaianas Internacional	7,7	6,9	+11,9%	14,3	12,7	+13,2%
Europa	4,4	3,6	+20,9%	7,9	6,6	+19,6%
EUA	0,6	0,8	-30,0%	1,8	1,2	+40,2%
MDI	2,8	2,5	+12,1%	4,7	4,8	-2,3%

(R\$ milhões)	2T26	2T25	2T26 vs. 2T25	1S26	1S25	1S26 vs. 1S25
(=) Receita Líquida	1.226,4	1.101,4	+11,3%	2.455,8	2.193,8	+11,9%
Havaianas	1.215,0	1.090,3	+11,4%	2.431,7	2.172,2	+11,9%
Outros	11,3	11,0	+2,5%	24,1	21,7	+11,4%
(-) Custo dos Produtos Vendidos	(535,5)	(498,6)	+7,4%	(1.118,1)	(1.030,6)	+8,5%
Havaianas	(532,2)	(497,4)	+7,0%	(1.108,8)	(1.026,7)	+8,0%
Outros	(3,3)	(1,2)	+185,1%	(9,3)	(3,9)	+140,1%
(=) Lucro Bruto	690,8	602,8	+14,6%	1.337,7	1.163,3	+15,0%
Havaianas	682,9	592,9	+15,2%	1.322,9	1.145,5	+15,5%
Outros	8,0	9,9	-19,1%	14,8	17,8	-16,8%
Margem Bruta (%)	56,3%	54,7%	+1,6pp	54,5%	53,0%	+1,4pp
Havaianas (%)	56,2%	54,4%	+1,8pp	54,4%	52,7%	+1,7pp
Outros (%)	70,5%	89,4%	-18,9pp	61,3%	82,1%	-20,7pp
(=) EBITDA	269,1	174,7	+54,1%	555,4	369,0	+50,5%
Havaianas	283,1	195,4	+44,9%	582,7	402,3	+44,9%
Outros	(14,1)	(20,8)	-32,2%	(27,4)	(33,3)	-17,7%
Margem EBITDA (%)	21,9%	15,9%	+6,1pp	22,6%	16,8%	+5,8pp
Havaianas Margem EBITDA (%)	23,3%	17,9%	+5,4pp	24,0%	18,5%	+5,4pp
Outros Margem EBITDA (%)	-124,4%	-188,3%	+63,9pp	-113,6%	-153,6%	+40,1pp
(+) Itens Extraordinários	16,9	17,9	-5,7%	30,2	29,6	+1,9%
(=) EBITDA Ajustado	286,0	192,6	+48,5%	585,5	398,6	+46,9%
Margem EBITDA Ajustada (%)	23,3%	17,5%	+5,8pp	23,8%	18,2%	+5,7pp
(=) Lucro Líquido	169,7	87,0	+95,1%	332,5	199,4	+66,8%
Margem Líquida (%)	13,8%	7,9%	+5,9pp	13,5%	9,1%	+4,5pp

Volume (milhões de pares)

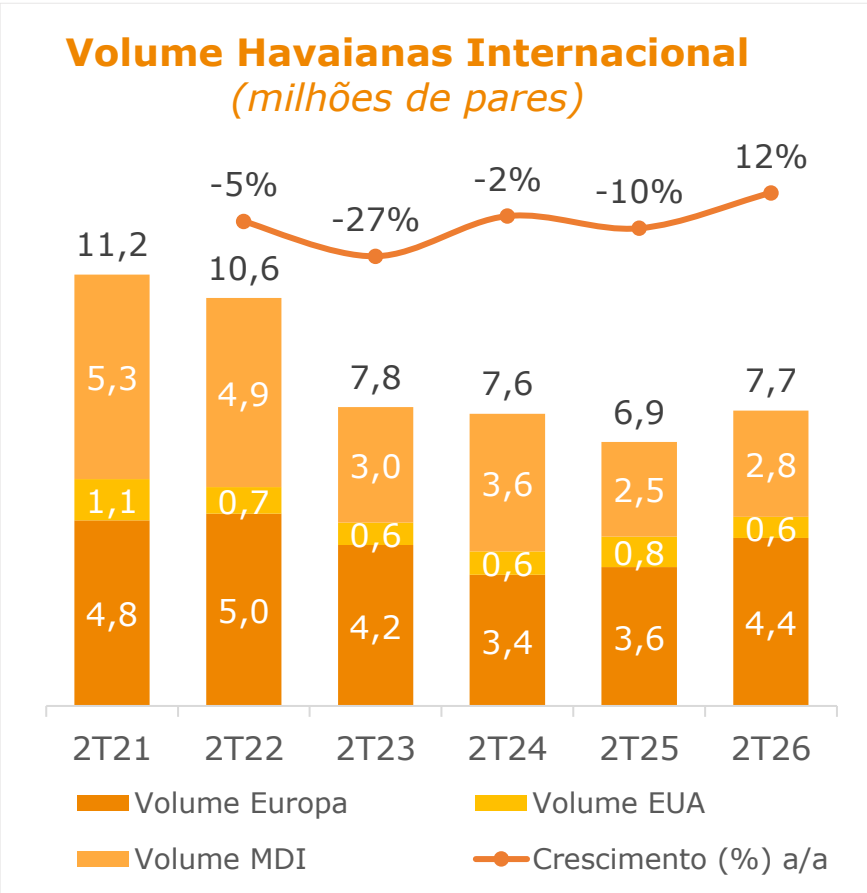
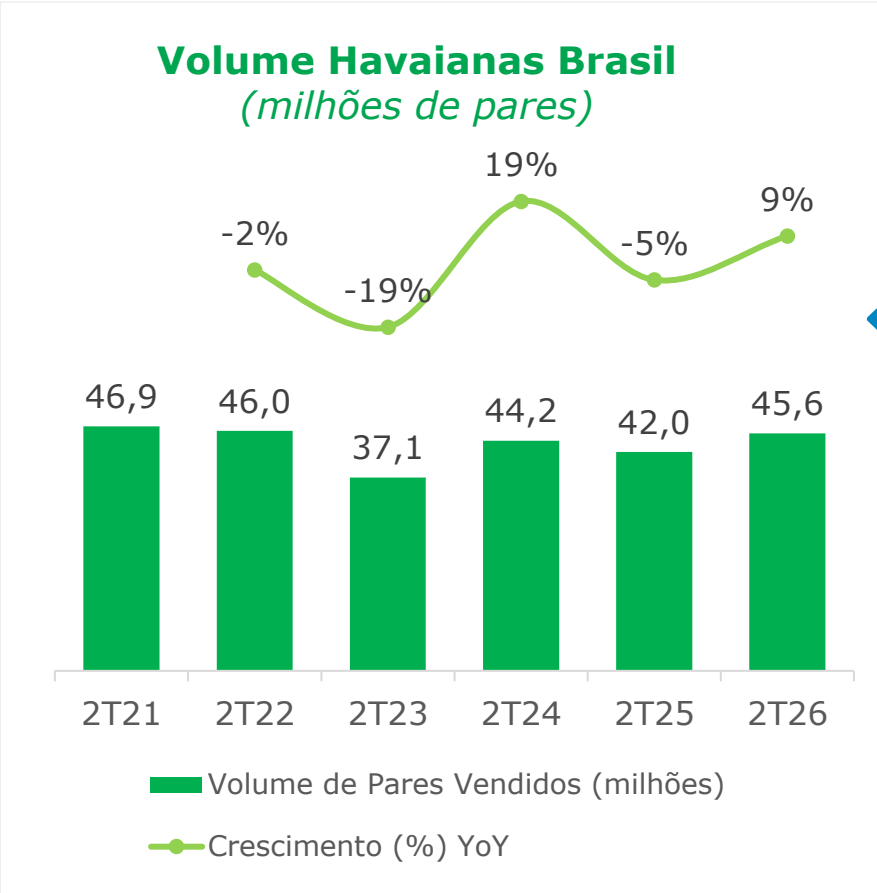
(milhões de pares)	2T26	2T25	2T26 vs. 2T25	1S26	1S25	1S26 vs. 1S25
Volume	53,3	48,8	+9,0%	114,7	105,6	+8,7%
Havaianas Brasil	45,6	42,0	+8,6%	100,4	92,9	+8,1%
Havaianas Internacional	7,7	6,9	+11,9%	14,3	12,7	+13,2%
Europa	4,4	3,6	+20,9%	7,9	6,6	+19,6%
EUA	0,6	0,8	-30,0%	1,8	1,2	+40,2%
MDI	2,8	2,5	+12,1%	4,7	4,8	-2,3%

A Companhia encerrou o 2T26 com **crescimento de 9,0% no volume de pares vendidos** versus o 2T25, refletindo o desempenho positivo tanto da operação nacional quanto da internacional.

Na operação de **Havaianas Brasil** foram vendidos **45,6 milhões** de pares no 2T26, representando um crescimento de **8,6%** em relação ao 2T25. O *sell-out*, por sua vez, cresceu **13%** no mesmo período analisado. Seguimos focados no equilíbrio entre *sell-in* e *sell-out* para saúde da cadeia. Nos últimos doze meses registramos 2,4 milhões de pares a mais na cadeia, estoque considerado normalizado para a natureza da operação. No período, o *market share* da operação alimentar totalizou **79,7%**, representando um ganho de 2,1 p.p. na comparação anual, com bom desempenho tanto no canal moderno quanto no tradicional.

Na operação de **Havaianas Internacional**, o volume de vendas avançou **11,9%**, totalizando **7,7 milhões** de pares, distribuídos da seguinte forma: (i) 4,4 milhões na Europa (+20,9%); (ii) 2,8 milhões em MDI (+12,1%); e (iii) 0,6 milhão nos EUA (-30%).

Na **Europa**, as vendas mantiveram o movimento positivo pelo terceiro trimestre consecutivo, totalizando 4,4 milhões de pares. Esse é o trimestre de maior sazonalidade, devido ao verão, e reflete o bom desempenho de execução na região. No trimestre, a operação de **Mercados Distribuidores (MDI)** cresceu 12,1% no volume vendido na comparação com o 2T25. O resultado positivo reflete as boas performances em Latam e Ásia, mais que compensando os impactos dos conflitos geopolíticos no Oriente Médio observados em algumas geografias. Por fim, na operação dos Estados Unidos o volume de *sell-in* apresentou **retração de 30% no trimestre**, redução completamente explicada pelo diferente perfil sazonal trazido pelo novo modelo de negócios. No entanto, na visão acumulada do **1S26**, que oferece uma base de comparação mais adequada, nossos **volumes de vendas cresceram 40%** em relação ao 1S25.



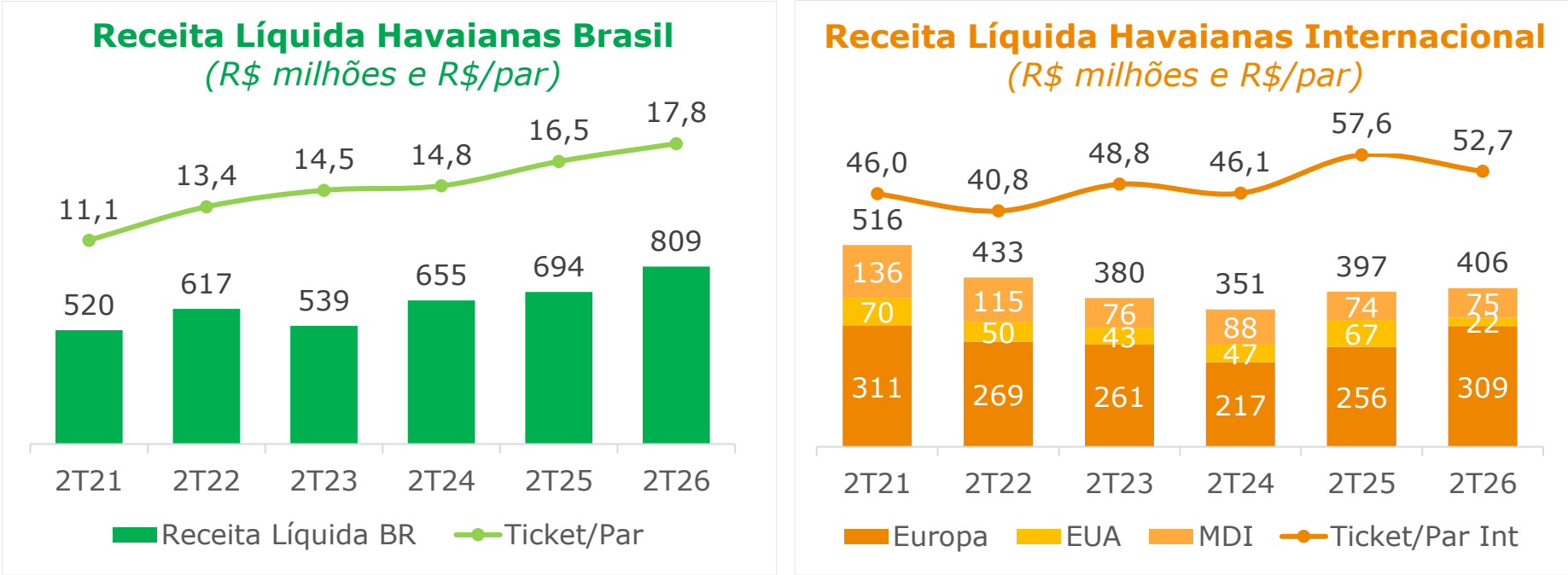
Receita Líquida (R\$ milhões)

(R\$ milhões)	2T26	2T25	2T26 vs. 2T25	1S26	1S25	1S26 vs. 1S25
(=) Receita Líquida	1.226,4	1.101,4	+11,3%	2.455,8	2.193,8	+11,9%
Receita Havaianas	1.215,0	1.090,3	+11,4%	2.431,7	2.172,2	+11,9%
Brasil	809,2	693,7	+16,7%	1.718,3	1.496,6	+14,8%
Internacional	405,8	396,6	+2,3%	713,4	675,6	+5,6%
Europa	308,5	255,8	+20,6%	512,3	433,1	+18,3%
EUA	22,1	66,8	-66,9%	72,6	108,0	-32,8%
MDI	75,2	74,1	+1,5%	128,4	134,6	-4,5%
Outras Receitas	11,3	11,0	+2,5%	24,1	21,7	+11,4%

No trimestre, a **Receita Líquida consolidada totalizou R\$ 1,2 bilhão**, representando um avanço de 11,3% versus 2T25.

Em **Havaianas Brasil**, a Receita Líquida do trimestre alcançou R\$ 809,2 milhões, com crescimento de 16,7% a/a. O resultado segue impulsionado pelo melhor mix de produtos em todos os canais.

Na operação de **Havaianas Internacional**, a Receita Líquida do trimestre atingiu R\$ 405,8 milhões, com crescimento de 2,3% a/a. Esse crescimento reflete o êxito de execução durante o trimestre de maior sazonalidade na Europa, além de boas performances na América Latina e na Ásia no período.



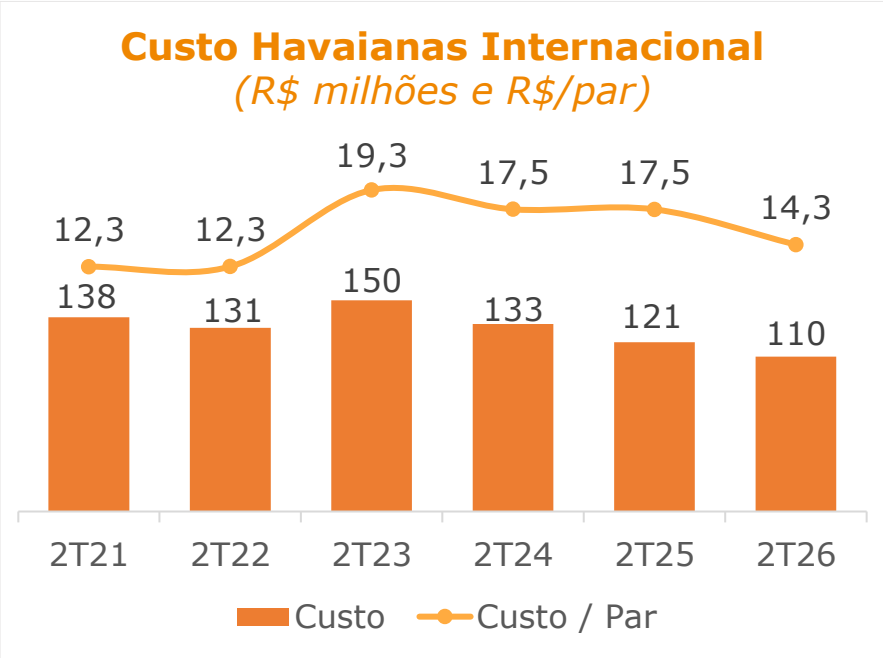
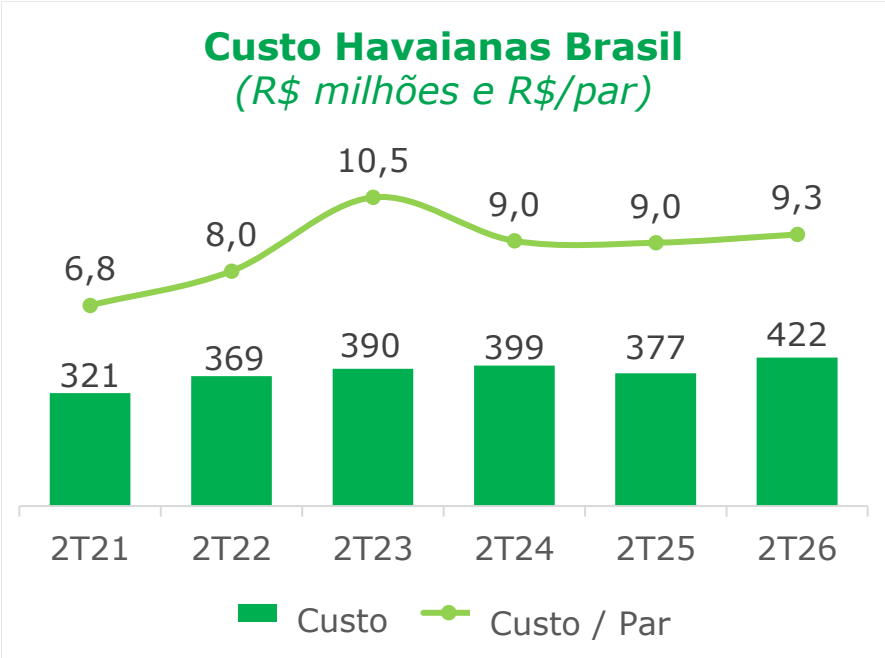
Custo dos Produtos Vendidos (em R\$ milhões)

(R\$ milhões)	2T26	2T25	2T26 vs. 2T25	1S26	1S25	1S26 vs. 1S25
Custo dos Produtos Vendidos	(535,5)	(498,6)	+7,4%	(1.118,1)	(1.030,6)	+8,5%
Custo Havaianas	(532,2)	(497,4)	+7,0%	(1.108,8)	(1.026,7)	+8,0%
Brasil	(422,0)	(376,9)	+12,0%	(881,2)	(807,9)	+9,1%
Internacional	(110,2)	(120,5)	-8,6%	(227,6)	(218,7)	+4,0%
Outros Custos	(3,3)	(1,2)	+185,1%	(9,3)	(3,9)	+140,1%

No 2T26, o **CPV totalizou R\$ 535,5 milhões**, representando um crescimento de 7,4% em comparação ao 2T25.

Na operação de **Havaianas Brasil**, o CPV totalizou R\$ 422,0 milhões no trimestre, representando um aumento de 12,0% em relação ao 2T25. O custo por par apresentou um aumento de 3,1% a/a, explicado pelo mix de produtos e canais.

Na operação de **Havaianas Internacional**, o CPV somou R\$ 110,2 milhões, uma redução de 8,6% em comparação ao 2T25. Essa variação decorreu, principalmente, pela redução de 18,3% do CPV por par em relação ao mesmo período do ano anterior, explicada principalmente, pelo ganho de escala na Europa e pelo efeito positivo da variação cambial, além da redução de custos relacionados à distribuição, na operação dos Estados Unidos.



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

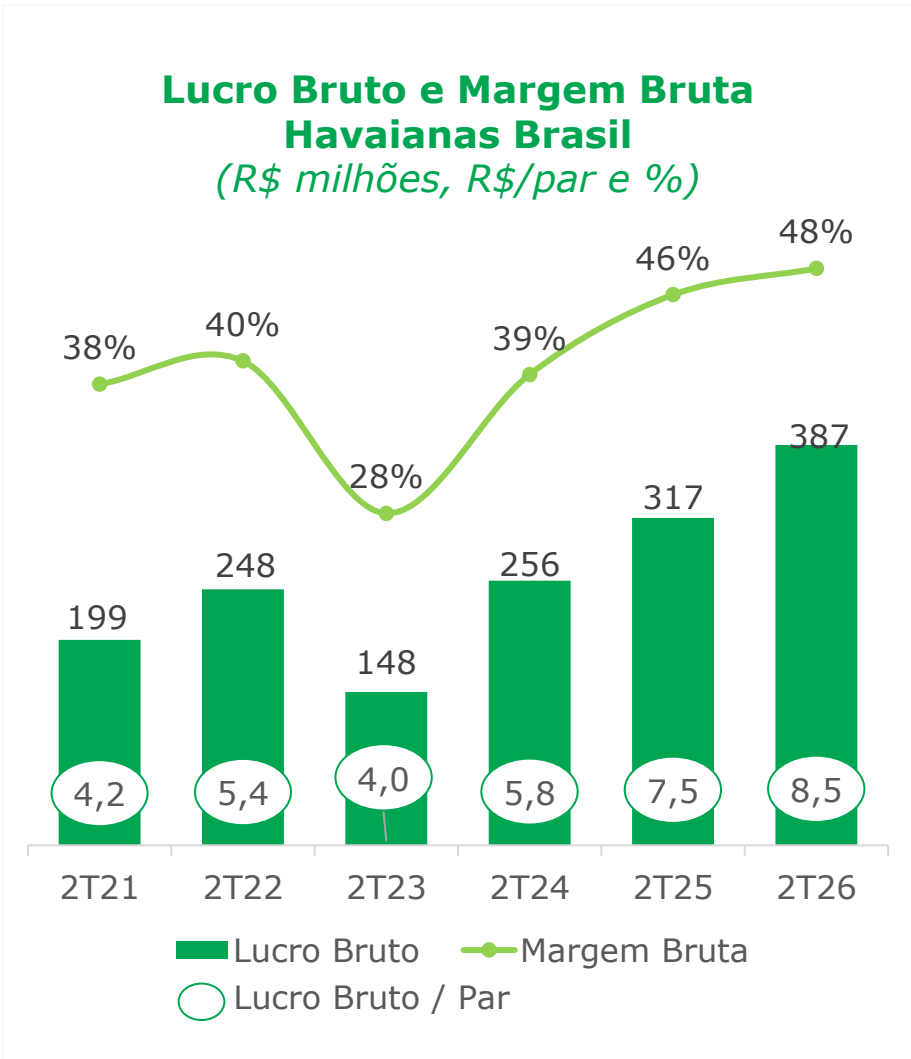
(em R\$ milhões)	2T26	2T25	2T26 vs. 2T25	1S26	1S25	1S26 vs. 1S25
(=) Lucro Bruto	690,8	602,8	+14,6%	1.337,7	1.163,3	+15,0%
Lucro Bruto Havaianas	682,9	592,9	+15,2%	1.322,9	1.145,5	+15,5%
Brasil	387,2	316,8	+22,2%	837,1	688,6	+21,6%
Internacional	295,6	276,1	+7,1%	485,8	456,9	+6,3%
Outros Lucro Bruto	8,0	9,9	-19,1%	14,8	17,8	-16,8%
Margem Bruta (%)	56,3%	54,7%	+1,6pp	54,5%	53,0%	+1,4pp
Margem Bruta Havaianas (%)	56,2%	54,4%	+1,8pp	54,4%	52,7%	+1,7pp
Margem Bruta Brasil (%)	47,9%	45,7%	+2,2pp	48,7%	46,0%	+2,7pp
Margem Bruta Internacional (%)	72,8%	69,6%	+3,2pp	68,1%	67,6%	+0,5pp
Outros Margem Bruta (%)	70,5%	89,4%	-18,9pp	61,3%	82,1%	-20,7pp

No trimestre, o **Lucro Bruto totalizou R\$ 690,8 milhões**, um crescimento de 14,6% em relação ao 2T25 e o maior lucro bruto já registrado pela Companhia. A Margem Bruta de 56,3% evidencia a continuidade da melhoria operacional da Companhia, a evolução do mix de produtos e o bom desempenho da operação internacional, resultando em um ganho de 1,6p.p. na margem bruta consolidada, na comparação com o 2T25.

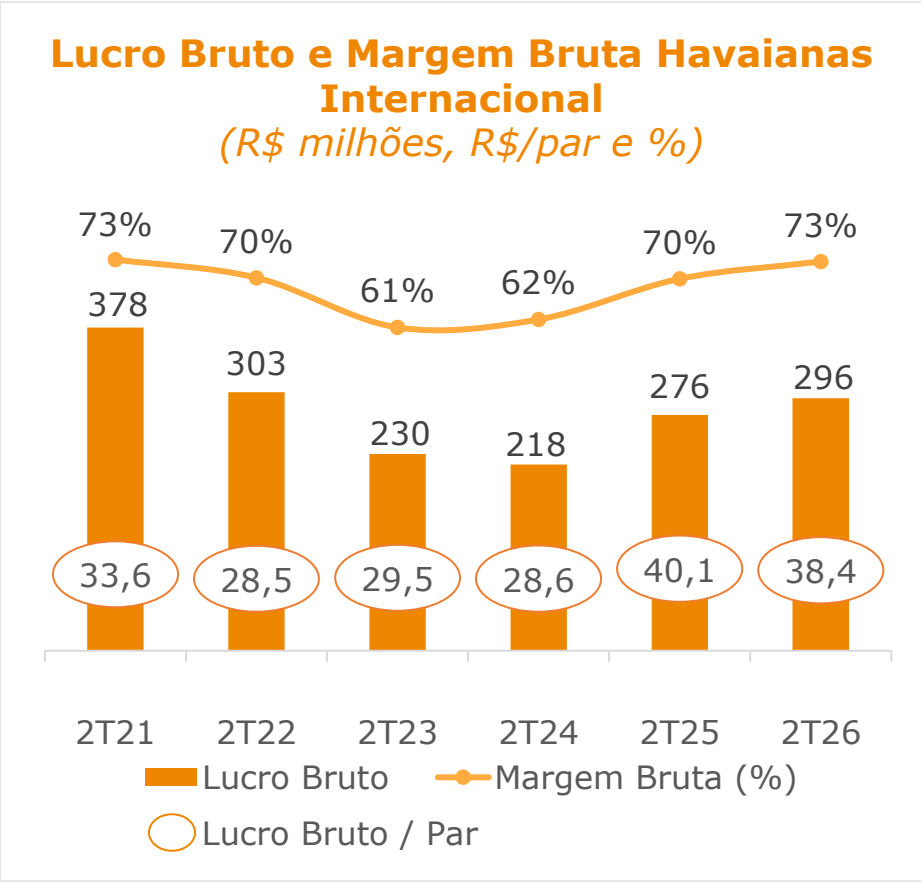
A seguir, é detalhada a dinâmica entre as operações:

Na **Operação do Brasil**, o Lucro Bruto somou R\$ 387,2 milhões no trimestre, representando um avanço de 22,2% na comparação com o 2T25, enquanto a Margem Bruta atingiu um nível recorde entre os segundos trimestres, alcançando 47,9%.

O resultado do 2T26 mantém a tendência observada ao longo dos últimos períodos, com aumento do preço médio por par impulsionado pelo mix de produtos.



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



Neste trimestre, a **Operação Internacional** registrou Lucro Bruto de R\$ 295,6 milhões, representando um crescimento de 7,1% em relação ao mesmo período do ano anterior. A Margem Bruta totalizou 72,8%, voltando ao mesmo patamar de 2021.

Esse desempenho reflete a retomada de execução na operação de Europa e a recuperação de vendas nos Mercados Distribuidores (MDI), mais que compensando o efeito da mudança de modelo de negócios nos Estados Unidos, que naturalmente traz efeitos para a margem bruta do produto.



SG&A (em R\$ milhões)

(R\$ milhões)	2T26	2T25	2T26 vs. 2T25	1S26	1S25	1S26 vs. 1S25
(-) Despesas Operacionais	(482,3)	(496,5)	-2,9%	(904,0)	(925,3)	-2,3%
Despesas com vendas	(376,2)	(362,4)	+3,8%	(687,2)	(691,2)	-0,6%
Havaianas	(361,3)	(349,7)	+3,3%	(660,5)	(667,0)	-1,0%
Outros	(14,9)	(12,7)	+17,1%	(26,7)	(24,3)	+10,2%
Despesas gerais e administrativas	(77,1)	(63,8)	+20,8%	(148,7)	(134,1)	+10,9%
Havaianas	(76,5)	(62,6)	+22,2%	(148,9)	(125,9)	+18,3%
Outros	(0,6)	(1,2)	-54,0%	0,2	(8,2)	-103,0%
Outras (despesas) operacionais, líquidas	(29,1)	(70,3)	-58,7%	(68,2)	(100,1)	-31,9%
Havaianas	(34,5)	(66,1)	-47,9%	(77,3)	(107,3)	-28,0%
Outros	5,4	(4,2)	-228,5%	9,1	7,3	+25,7%
(+) Itens Extraordinários	16,9	17,9	-5,7%	30,2	29,6	+1,9%
Gastos com M&A	2,0	0,1	-	2,0	0,3	-
Gastos com simplificação	14,9	15,0	-0,1%	28,3	25,3	+11,7%
Outros gastos / receitas	0,0	2,9	-99,3%	(0,1)	4,0	-101,5%
Despesas Operacionais excluindo Itens Extraordinários	(465,4)	(478,6)	-2,8%	(873,9)	(895,7)	-2,4%
<i>Despesas Operacionais excluindo Itens Extraordinários (% RL)</i>	<i>38,0%</i>	<i>43,5%</i>	<i>-5,5pp</i>	<i>35,6%</i>	<i>40,8%</i>	<i>-5,2pp</i>

No 2T26, as **Despesas Operacionais da Alpargatas totalizaram R\$ 482,3 milhões**, representando uma redução de 2,9% em relação ao 2T25. Considerando apenas as despesas operacionais recorrentes, excluídos itens extraordinários, o montante atingiu R\$ 465,4 milhões, uma redução de 2,8% na comparação anual. Além da queda anual, as despesas representaram uma queda de 5,5p.p. como percentual da receita líquida, refletindo o efeito de alavancagem operacional principalmente na operação internacional, além de maior disciplina na alocação de gastos ao longo do período.

Em **Havaianas Brasil**, as Despesas Operacionais totalizaram R\$ 276,3 milhões no 2T26, representando um aumento de 16,5% na comparação anual e a manutenção das despesas como percentual da receita líquida. Esse aumento nominal é explicado principalmente pelos investimentos em marketing nesse período, aproveitando o engajamento do público brasileiro ao longo do evento da Copa do Mundo, além do lançamento de *collabs* exclusivas no período. Conforme já observado, as despesas de marketing tendem a apresentar maior volatilidade ao longo dos trimestres, mas no consolidado do ano, não devem representar impacto estrutural positivo ou negativo sobre o nível de despesas como percentual da receita.

Na **Operação Internacional**, as Despesas Operacionais somaram R\$ 196,0 milhões no trimestre, uma redução de 18,7% em relação ao 2T25, correspondendo a uma diminuição de 12,5p.p. como percentual da receita líquida. Assim como no primeiro trimestre, a mudança do modelo de negócios nos Estados Unidos colaborou para a redução de despesas da operação, em razão da natureza mais enxuta da estrutura.



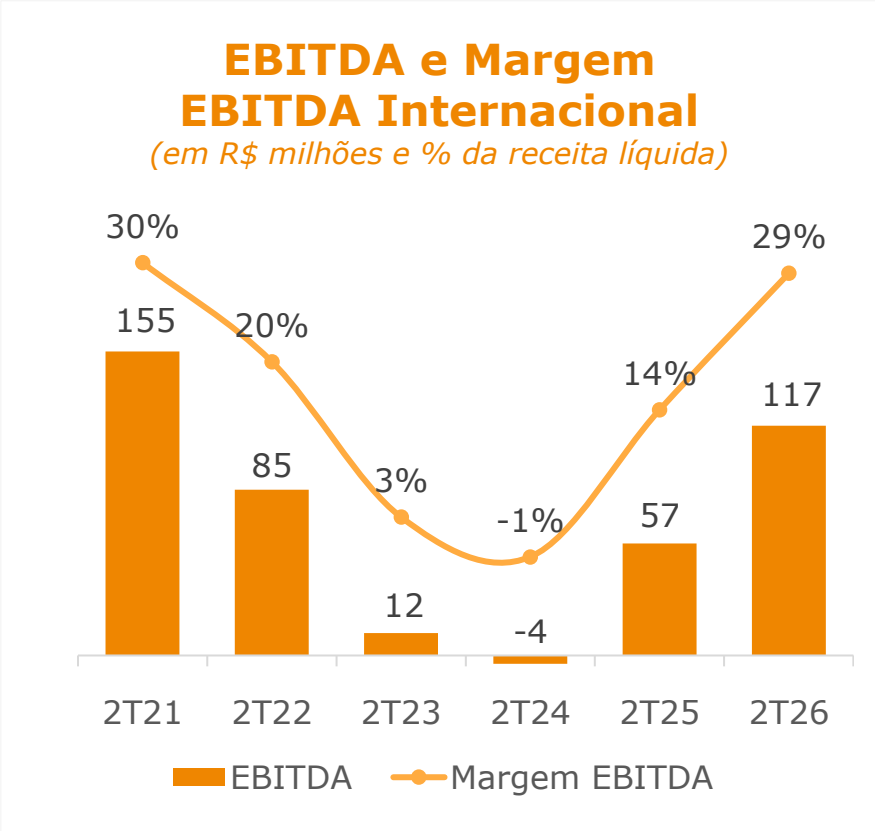
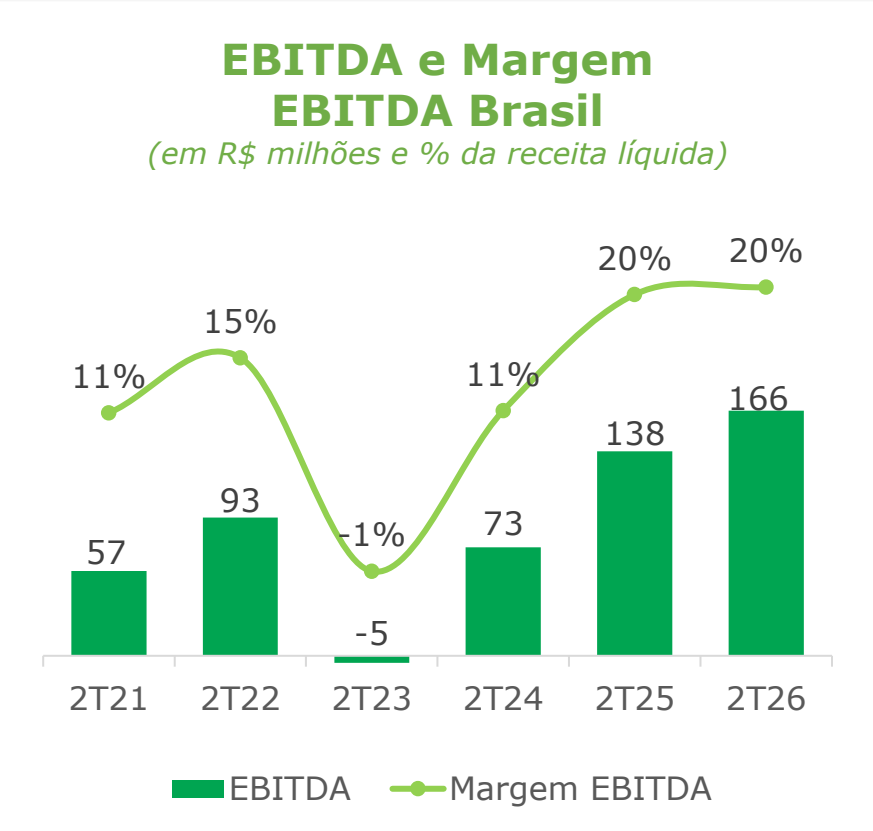
EBITDA e Margem EBITDA (em R\$ milhões)

(R\$ milhões)	2T26	2T25	2T26 vs. 2T25	1S26	1S25	1S26 vs. 1S25
(=) Lucro Bruto	690,8	602,8	+14,6%	1.337,7	1.163,3	+15,0%
Margem Bruta (%)	56,3%	54,7%	+1,6pp	54,5%	53,0%	+1,4pp
(-) Despesas Operacionais	(482,3)	(496,5)	-2,9%	(904,0)	(925,3)	-2,3%
(+) D&A	(60,6)	(68,4)	-11,5%	(121,7)	(131,0)	-7,1%
(=) EBITDA	269,1	174,7	+54,1%	555,4	369,0	+50,5%
Havaianas	283,1	195,4	+44,9%	582,7	402,3	+44,9%
Brasil	165,7	138,2	+19,9%	403,1	312,0	+29,2%
Internacional	117,4	57,2	+105,2%	179,6	90,2	+99,1%
Outros	(14,1)	(20,8)	-32,2%	(27,4)	(33,3)	-17,7%
Margem EBITDA (%)	21,9%	15,9%	+6,1pp	22,6%	16,8%	+5,8pp
Margem EBITDA Havaianas (%)	23,3%	17,9%	+5,4pp	24,0%	18,5%	+5,4pp
Margem EBITDA Brasil (%)	20,5%	19,9%	+0,6pp	23,5%	20,9%	+2,6pp
Margem EBITDA Internacional (%)	28,9%	14,4%	+14,5pp	25,2%	13,4%	+11,8pp
Outros Margem EBITDA (%)	-124,4%	-188,3%	+63,9pp	-113,6%	-153,6%	+40,1pp
(+) Itens Extraordinários	16,9	17,9	-5,7%	30,2	29,6	+1,9%
(=) EBITDA Ajustado	286,0	192,6	+48,5%	585,5	398,6	+46,9%
Margem EBITDA Ajustada (%)	23,3%	17,5%	+5,8pp	23,8%	18,2%	+5,7pp

No 2T26, o **EBITDA ajustado da Alpargatas atingiu R\$ 286,0 milhões**, com margem de 23,3%, representando uma expansão de 5,8p.p. em relação ao 2T25. O crescimento na comparação anual reflete a consistente evolução operacional da Alpargatas, sustentada pelo crescimento da receita e por ganhos de eficiência de custos e despesas.

Em **Havaianas Brasil**, o EBITDA atingiu R\$ 165,7 milhões no trimestre, representando um crescimento de 19,9% na comparação com o 2T25 e sendo o maior EBITDA da série histórica para um segundo trimestre. A margem EBITDA também apresentou expansão de 0,6p.p., totalizando 20,5%. Esse avanço de margem reflete, principalmente, a expansão de 2,2p.p. na margem bruta, parcialmente compensada pelo impacto negativo do maior investimento em marketing no período.

Em **Havaianas Internacional**, o EBITDA do trimestre foi de R\$ 117,4 milhões, um crescimento de 105,2% em relação ao 2T25, com margem de 28,9%, representando uma expansão de 14,5p.p. na comparação com o 2T25. Esse aumento de margem decorreu do aumento da margem bruta em 3,2p.p., além da redução de despesas de todas as naturezas, que, em conjunto, contribuíram positivamente em 11,3p.p., explicados, em grande parte, pela mudança do modelo de negócio nos Estados Unidos.



Lucro Líquido (em R\$ milhões)

O **Lucro Líquido da Alpargatas no trimestre foi de R\$ 169,7 milhões**, representando um crescimento de 95,1% em comparação ao 2T25.

O **resultado financeiro líquido foi negativo em R\$ 16,5 milhões** no período, em linha com o mesmo período do ano anterior e tendo as despesas financeiras figurando como o principal ofensor, em função do aumento do endividamento bruto.

O **resultado de equivalência patrimonial apresentou queda de 73,8%**, alcançando um resultado de R\$ 3,2 milhões no trimestre, explicado principalmente por:

- o reconhecimento de 48,8% do resultado recorrente da Rothy's no período, inferior ao observado no 2T25;
- os efeitos da amortização de mais-valia de ativos, no montante de R\$ 3,7 milhões no trimestre.

(R\$ milhões)	2T26	2T25	2T26 vs. 2T25	1S26	1S25	1S26 vs. 1S25
(=) EBIT	208,5	106,2	+96,2%	433,7	238,0	+82,2%
(+) Resultado Financeiro	(16,5)	(15,4)	+7,7%	(41,6)	(36,1)	+15,3%
Receitas financeiras	26,4	31,8	-16,9%	77,3	65,5	+18,0%
Despesas financeiras	(47,1)	(37,5)	+25,5%	(92,5)	(80,2)	+15,2%
Variação cambial líquida	4,1	(9,6)	-142,6%	(26,5)	(21,4)	+23,7%
(=) EBT	192,0	90,9	+111,2%	392,0	201,9	+94,2%
(-) IR/CS	(25,5)	(16,3)	+57,0%	(48,0)	(8,1)	-
(+) Resultado Equivalência Patrimonial	3,2	12,3	-73,8%	(11,6)	5,6	-
(=) Lucro Líquido Alpargatas	169,7	87,0	+95,1%	332,5	199,4	+66,8%

Conciliação de EBITDA* (em R\$ milhões)

Conforme CVM Nº 156/22

(R\$ milhões)	2T26	2T25	2T26 vs. 2T25	1S26	1S25	1S26 vs. 1S25
(=) Lucro Líquido	169,7	87,0	+95,1%	332,5	199,4	+66,8%
(-) IR/CS	25,5	16,3	+57,0%	48,0	8,1	+489,8%
(+) Resultado Financeiro	16,5	15,4	+7,7%	41,6	36,1	+15,3%
(+) D&A	60,6	68,4	-11,5%	121,7	131,0	-7,1%
(+) Resultado Equivalência Patrimonial	(3,2)	(12,3)	-73,8%	11,6	(5,6)	-305,2%
(=) EBITDA	269,1	174,7	+54,1%	555,4	369,0	+50,5%
(+) Itens Extraordinários	16,9	17,9	-5,7%	30,2	29,6	+1,9%
(=) EBITDA Ajustado	286,0	192,6	+48,5%	585,5	398,6	+46,9%
Margem EBITDA Ajustada (%)	23,3%	17,5%	+5,8pp	23,8%	18,2%	+5,7pp

* O EBITDA é uma medição não contábil elaborada pela Companhia, em consonância com a Resolução CVM nº 156/22. O EBITDA consiste no lucro líquido da Companhia, acrescido do resultado financeiro líquido, do imposto de renda e da contribuição social, e dos custos e despesas com depreciação e amortização. O EBITDA Ajustado, por sua vez, consiste no EBITDA consolidado ajustado por itens não recorrentes. Na avaliação da administração, esses ajustes permitem exprimir de maneira mais adequada o potencial de geração de caixa pela Companhia, excluindo-se eventos extraordinários. Os itens extraordinários referem-se a: i) despesas de M&A, atreladas a consultorias e serviços advocatícios, seja para discussões em andamento ou acompanhamento de processos; ii) despesas com o processo de simplificação da estrutura organizacional, industrial ou comercial da Companhia; e iii) demais despesas/receitas também consideradas não recorrentes para o período, não alocadas nas outras classificações. Essas despesas constam das demonstrações contábeis da Companhia, tendo sido extraídas da conta contábil Despesas Operacionais.

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

Estoque

(R\$ milhões)	2T25	3T25	4T25	1T26	2T26	Δ 2T25	Δ 1T26
Estoques	868,8	802,8	760,1	789,2	829,9	-38,9	40,7
<i>em dias de RL</i>	<i>73</i>	<i>66</i>	<i>61</i>	<i>61</i>	<i>63</i>	<i>-10</i>	<i>1</i>
Produtos acabados	494,6	475,1	422,8	424,9	453,5	-41,2	28,5
<i>em dias de RL</i>	<i>41</i>	<i>39</i>	<i>34</i>	<i>33</i>	<i>34</i>	<i>-7</i>	<i>1</i>
Produtos em processo	30,0	30,4	34,7	35,1	34,9	4,9	-0,2
<i>em dias de RL</i>	<i>3</i>	<i>3</i>	<i>3</i>	<i>3</i>	<i>3</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
Matérias-primas e outros	344,2	297,3	302,6	329,2	341,6	-2,7	12,4
<i>em dias de RL</i>	<i>29</i>	<i>24</i>	<i>24</i>	<i>26</i>	<i>26</i>	<i>-3</i>	<i>0</i>

Contas a receber

(R\$ milhões)	2T25	3T25	4T25	1T26	2T26	Δ 2T25	Δ 1T26
Contas a receber	988,3	961,1	1.189,6	1.231,4	1.273,8	285,5	42,4
<i>em dias de RL</i>	<i>83</i>	<i>79</i>	<i>95</i>	<i>96</i>	<i>96</i>	<i>13</i>	<i>1</i>

Contas a pagar

(R\$ milhões)	2T25	3T25	4T25	1T26	2T26	Δ 2T25	Δ 1T26
Fornecedores Total	625,4	526,2	600,4	593,5	629,4	4,0	35,9
<i>em dias de RL</i>	<i>52</i>	<i>43</i>	<i>48</i>	<i>46</i>	<i>48</i>	<i>-5</i>	<i>2</i>
Fornecedores	488,0	392,5	442,3	460,1	493,4	5,4	33,4
Risco sacado ¹	137,3	133,7	158,1	133,5	135,9	-1,4	2,5

Nota: Receita Líquida referente aos últimos 12 meses

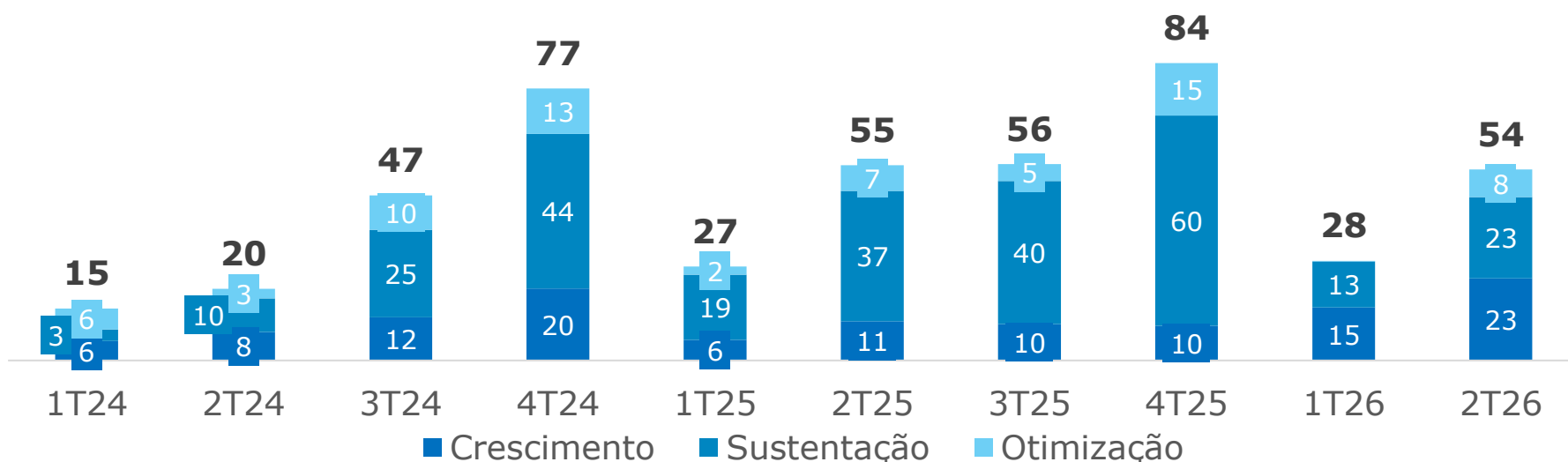
A Companhia apresentou consumo de R\$ 47,2 milhões referente à variação das contas *core* de capital de giro no trimestre. As variações são explicadas por:

- Aumento de R\$ 40,7 milhões em estoques versus o 1T26, explicado pela sazonalidade de produção. Na comparação com o 2T25, o saldo de estoques reduziu R\$ 38,9 milhões, principalmente em produto acabado, explicado pelo bom desempenho de vendas do período. A quantidade de estoque em dias de receita recuou 10 dias.
- Aumento de R\$ 42,4 milhões em contas a receber vs. 1T26, estável em dias de receita. Na comparação com o 2T25, o saldo de recebíveis cresceu R\$ 285,5 milhões, principalmente pelo aumento de vendas na Europa.
- Aumento de R\$ 35,9 milhões no saldo de fornecedores vs. 1T26. Na comparação com o 2T25, o saldo de fornecedores permanece praticamente estável.

Vale destacar que a dinâmica de capital de giro apresentada pela Companhia no 2T26 retrata a evolução das operações, bem como o bom momento comercial.

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.

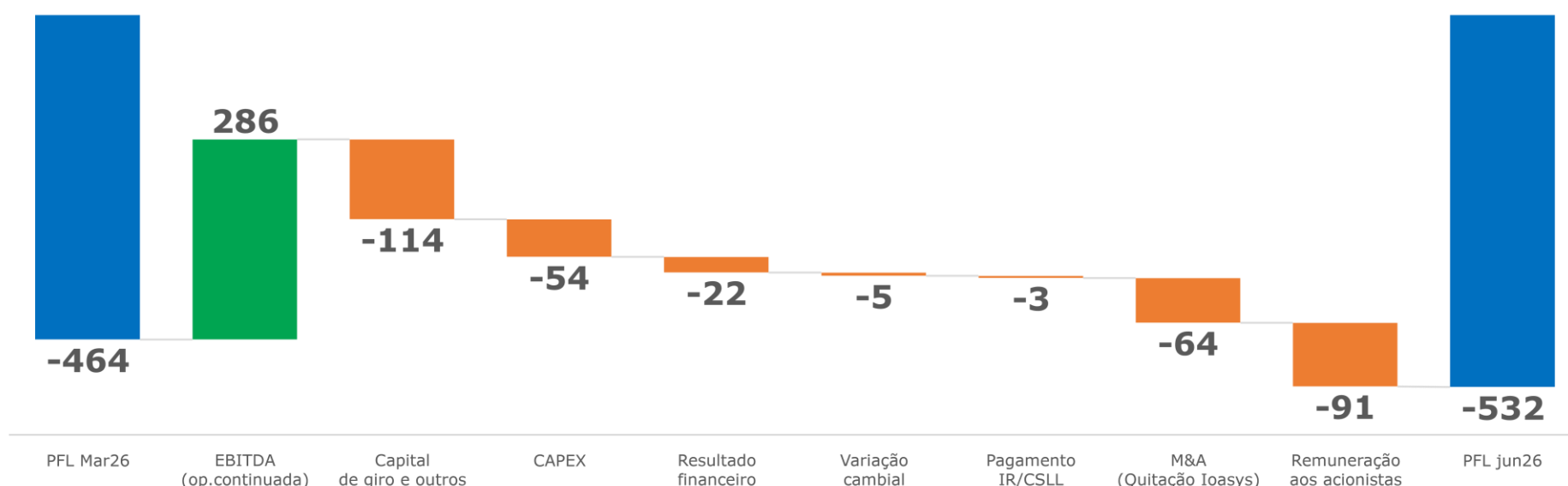
CAPEX (em R\$ milhões)



Para 2026, a proposta da administração para os investimentos na Companhia é de R\$ 243 milhões, divididos em projetos que tragam otimização, crescimento ou sustentação para as nossas operações. Neste trimestre, foram investidos R\$ 54,1 milhões, divididos em:

- R\$ 23,2 milhões destinados aos projetos focados no crescimento;
- R\$ 23,0 milhões destinados aos projetos focados na sustentação do negócio; e
- R\$ 7,9 milhões destinados aos projetos de otimização dos negócios da Companhia.

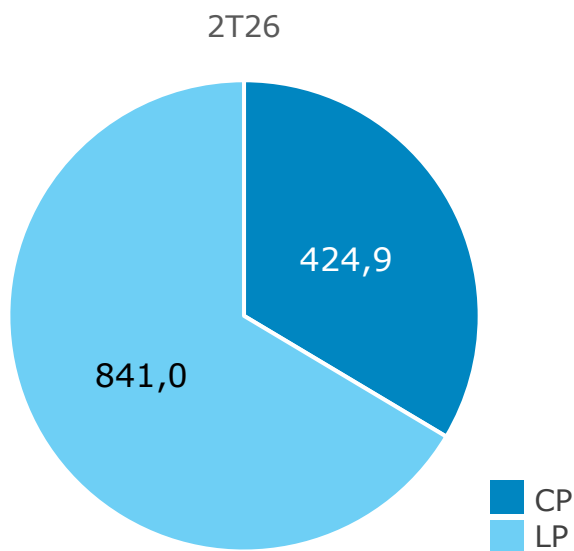
Posição financeira líquida (em R\$ milhões)



A Companhia encerrou o trimestre com posição financeira líquida negativa de **R\$ 532,2 milhões**, um aumento de **R\$ 67,9 milhões**, em relação à posição financeira líquida registrada ao final do **1T26**. No trimestre, o **EBITDA de R\$ 286,0 milhões** foi o principal responsável pela geração operacional de caixa. Por outro lado, a posição financeira líquida foi impactada pelo pagamento de **R\$ 106 milhões em JCP** (equivalente a **R\$ 91 milhões líquidos de impostos**), aprovado em dezembro de 2025 e efetivado em maio de 2026, e pelo desembolso de **R\$ 64 milhões** referente à parcela de quitação da aquisição da Ioasys realizada em 2021.

Adicionalmente, a Companhia registrou consumo de **R\$ 47 milhões** nas principais contas de capital de giro (estoques, contas a receber e contas a pagar), conforme detalhado anteriormente. Por fim, o segundo trimestre é tradicionalmente marcado pelo pagamento de bônus aos colaboradores, o que também contribuiu para a posição financeira líquida negativa em R\$ 532 milhões no período.

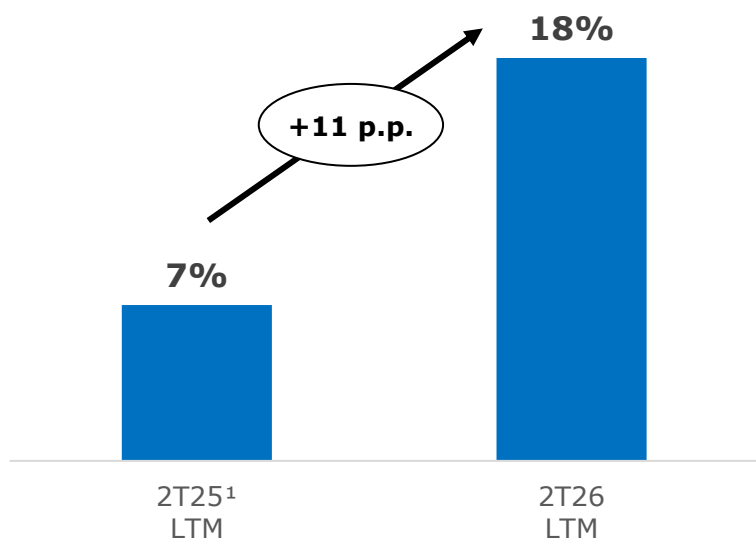
Endividamento e Alavancagem *(em R\$ milhões)*



(R\$ milhões)	2T26	2T25
Empréstimos e Financiamentos	1.265,9	684,6
Curto prazo	424,9	264,5
Longo prazo	841,0	420,1
Instrumentos financeiros - hedge de valor justo (LP)	-	-
Caixa e Aplicações	733,7	878,6
Caixa e Equivalentes de caixa	200,3	188,6
Aplicações de curto prazo	517,4	676,0
Aplicações de longo prazo	16,0	14,0
Dívida Líquida	532,2	(194,0)
EBITDA ajustado (LTM)	1.052,5	571,5
Dívida líquida/EBITDA ajustado	0,5	(0,3)

Retorno sobre o Capital Investido (ROIC)

O ROIC* atingiu 18,0% no 2T26 LTM, aumento de 11,0 p.p. vs. 2T25 LTM.



*Metodologia de cálculo:

Lucro operacional líquido após os impostos (NOPAT) acumulado nos últimos 12 meses, dividido pela média dos últimos 12 meses do capital investido (dívida líquida e patrimônio líquido).

¹ A metodologia de cálculo do ROIC foi alterada no 1T26 e passou a considerar itens extraordinários na composição do lucro operacional líquido.

Rothy's

A Rothy's apresentou **Receita Líquida de US\$61,2 milhões**, uma redução de 2,9% em relação ao mesmo período do ano anterior, principalmente pela retração nas vendas online, como efeito da estratégia de reduzir a dependência do canal a descontos, que foi parcialmente compensada pela performance das lojas próprias, com adição de 10 lojas novas nos últimos 12 meses, bem como pela abertura de novas portas no atacado.

O **Lucro Bruto totalizou US\$ 41,0 milhões no período, um aumento de 6,0% e margem bruta de 67%**, expansão de 5,7p.p. em relação ao 2T25. A margem foi beneficiada, principalmente pelo reembolso realizado pelo governo dos Estados Unidos referente às tarifas cobradas sobre produtos importados da China no último ano, bem como pela maior participação de vendas sem descontos.

As Despesas Operacionais totalizaram US\$34,4 milhões no 2T26, um aumento de 11,9% em relação ao 2T25. Essa variação é explicada, principalmente, pelas despesas de novas lojas, bem como pelo incremento das despesas com pessoal no período.

Como resultado, a Rothy's registrou **EBITDA trimestral de US\$6,5 milhões**, redução de 17,0% a/a e margem de 10,7%, com redução de 1,8p.p. quando comparado ao 2T25.

O **Lucro Líquido totalizou US\$2,9 milhões** no período, com margem líquida de 4,7%, uma redução de 4,7p.p. em relação ao 2T25.



(USD milhões)	2T26	2T25	2T26 vs. 2T25	1S26	1S25	1S26 vs. 1S25
(=) Receita Líquida	61,2	63,0	-2,9%	108,0	106,4	+1,5%
(-) Custo dos produtos vendidos	(20,2)	(24,4)	-17,1%	(40,6)	(41,0)	-0,9%
(=) Lucro Bruto	41,0	38,6	+6,0%	67,3	65,4	+2,9%
Margem Bruta (%)	67,0%	61,3%	+5,7pp	62,4%	61,5%	+0,9pp
(-) Despesas Operacionais	(34,4)	(30,8)	+11,9%	(63,0)	(56,8)	+11,0%
(-) D&A	(3,6)	(3,0)	+19,0%	(6,7)	(5,6)	+18,4%
(=) Resultado Operacional	3,0	4,9	-39,1%	(2,3)	3,1	-175,0%
(=) EBITDA	6,5	7,9	-17,0%	4,4	8,7	-49,7%
Margem EBITDA (%)	10,7%	12,5%	-1,8pp	4,1%	8,2%	-4,1pp
(+) Resultado Financeiro	1,2	1,6	-24,2%	2,9	3,1	-5,5%
(-) IR/CS	(1,3)	(0,6)	+127,5%	(0,1)	(0,6)	-87,1%
(=) Lucro líquido	2,9	5,9	-51,5%	0,6	5,5	-89,9%
Margem Líquida (%)	4,7%	9,4%	-4,7pp	0,5%	5,2%	-4,7pp
Lojas	39	29	+10	39	29	+10
Same Store Sales	-5,0%	-2,0%	-3,0pp	-2,0%	-2,0%	-
Contribuição das lojas físicas na Receita (%)	27,0%	22,2%	+4,8pp	24,4%	20,2%	+4,2pp
Contribuição de clientes recorrentes na Receita (%)	54,2%	43,7%	+10,5pp	55,4%	42,4%	+13,0pp
Marketing + Despesas Lojas (US\$ milhões)	20,6	17,8	+15,5%	35,6	31,1	+14,5%

A Alpargatas S.A. é titular de 48,8% do capital social da Rothy's, de modo que suas demonstrações financeiras não são refletidas de forma consolidada com as demonstrações financeiras da Companhia. As informações contábeis a respeito da Rothy's ora reportadas foram extraídas das demonstrações financeiras individuais e auditadas da Rothy's e correspondem a 100% do negócio.

APÊNDICE



Havaianas

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

(R\$ milhões milhões pares)	2T26	2T25	2T26 vs. 2T25	1S26	1S25	1S26 vs. 1S25
Volume	45,6	42,0	+8,6%	100,4	92,9	+8,1%
Receita Líquida	809,2	693,7	+16,7%	1.718,3	1.496,6	+14,8%
Custo dos produtos vendidos	422,0	376,9	+12,0%	881,2	807,9	+9,1%
Lucro Bruto	387,2	316,8	+22,2%	837,1	688,6	+21,6%
Margem Bruta (%)	47,9%	45,7%	+2,2pp	48,7%	46,0%	+2,7pp
Despesas Operacionais	221,5	178,6	+24,0%	434,0	376,6	+15,3%
EBITDA	165,7	138,2	+19,9%	403,1	312,0	+29,2%
Margem EBITDA (%)	20,5%	19,9%	+0,6pp	23,5%	20,9%	+2,6pp
(R\$ / par)	2T26	2T25	2T26 vs. 2T25	1S26	1S25	1S26 vs. 1S25
Receita Líquida / par	17,76	16,53	+7,5%	17,11	16,10	+6,3%
Custo dos produtos vendidos / par	9,26	8,98	+3,1%	8,78	8,69	+0,9%
Lucro Bruto / par	8,50	7,55	+12,6%	8,34	7,41	+12,5%
Despesas Operacionais / par	4,86	4,26	+14,2%	4,32	4,05	+6,7%
EBITDA / par	3,64	3,29	+10,5%	4,01	3,36	+19,6%

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

(R\$ milhões milhões pares)	2T26	2T25	2T26 vs. 2T25	1S26	1S25	1S26 vs. 1S25
Volume	7,7	6,9	+11,9%	14,3	12,7	+13,2%
Europa	4,4	3,6	+20,9%	7,9	6,6	+19,6%
EUA	0,6	0,8	-30,0%	1,8	1,2	+40,2%
MDI	2,8	2,5	+12,1%	4,7	4,8	-2,3%
Receita Líquida	405,8	396,6	+2,3%	713,4	675,6	+5,6%
Europa	308,5	255,8	+20,6%	512,3	433,1	+18,3%
EUA	22,1	66,8	-66,9%	72,6	108,0	-32,8%
MDI	75,2	74,1	+1,5%	128,4	134,6	-4,5%
Custo dos produtos vendidos	110,2	120,5	-8,6%	227,6	218,7	+4,0%
Lucro Bruto	295,6	276,1	+7,1%	485,8	456,9	+6,3%
Margem Bruta (%)	72,8%	69,6%	+3,2pp	68,1%	67,6%	+0,5pp
Despesas Operacionais	178,2	218,9	-18,6%	306,1	366,7	-16,5%
EBITDA	117,4	57,2	+105,2%	179,6	90,2	+99,1%
Margem EBITDA (%)	28,9%	14,4%	+14,5pp	25,2%	13,4%	+11,8pp
(R\$ milhões R\$ / par)	2T26	2T25	2T26 vs. 2T25	1S26	1S25	1S26 vs. 1S25
Receita Líquida / par	52,71	57,65	-8,6%	49,79	53,40	-6,8%
Custo dos produtos vendidos / par	14,31	17,52	-18,3%	15,88	17,29	-8,1%
Lucro Bruto / par	38,40	40,13	-4,3%	33,91	36,11	-6,1%
Despesas Operacionais / par	23,14	31,81	-27,3%	21,37	28,98	-26,3%
EBITDA/ par	15,25	8,32	+83,3%	12,54	7,13	+75,9%
Moeda constante (R\$ milhões milhões pares)	2T26	2T25	2T26 vs. 2T25	1S26	1S25	1S26 vs. 1S25
Volume	7,7	6,9	+11,9%	14,3	12,7	+13,2%
Europa	4,4	3,6	+20,9%	7,9	6,6	+19,6%
EUA	0,6	0,8	-30,0%	1,8	1,2	+40,2%
MDI	2,8	2,5	+12,1%	4,7	4,8	-2,3%
Receita Líquida	405,8	353,3	+14,8%	702,6	596,7	+17,7%
Europa	308,5	227,9	+35,4%	505,2	382,5	+32,1%
EUA	22,1	59,5	-62,9%	70,8	95,4	-25,8%
MDI	75,2	66,0	+14,0%	126,6	118,8	+6,6%
Custo dos produtos vendidos	110,2	114,7	-4,0%	223,5	193,0	+15,8%
Lucro Bruto	295,6	238,6	+23,9%	479,1	403,7	+18,7%
Margem Bruta (%)	72,8%	67,5%	+5,3pp	68,2%	67,6%	+0,5pp
Despesas Operacionais	178,2	184,1	-3,2%	301,7	323,9	-6,9%
EBITDA	117,4	54,5	+115,5%	177,5	79,8	+122,5%
Margem EBITDA (%)	28,9%	15,4%	+13,5pp	25,3%	13,4%	+11,9pp
Em moeda constante (R\$ milhões R\$ / par)	2T26	2T25	2T26 vs. 2T25	1S26	1S25	1S26 vs. 1S25
Receita Líquida / par	52,71	51,36	+2,6%	49,04	47,16	+4,0%
Custo dos produtos vendidos / par	14,31	16,68	-14,2%	15,60	15,26	+2,2%
Lucro Bruto / par	38,40	34,68	+10,7%	33,44	31,90	+4,8%
Despesas Operacionais / par	23,14	26,76	-13,5%	21,06	25,60	-17,8%
EBITDA / par	15,25	7,92	+92,6%	12,39	6,30	+96,5%

DRE (R\$ milhões)

(R\$ milhões)	2T26	2T25	2T26 vs. 2T25	1S26	1S25	1S26 vs. 1S25
(=) Receita operacional líquida	1.226,4	1.101,4	+11,3%	2.455,8	2.193,8	+11,9%
(-) Custo dos produtos vendidos	(535,5)	(498,6)	+7,4%	(1.118,1)	(1.030,6)	+8,5%
(=) Lucro Bruto	690,8	602,8	+14,6%	1.337,7	1.163,3	+15,0%
<i>Margem Bruta (%)</i>	<i>56,3%</i>	<i>54,7%</i>	<i>+1,6pp</i>	<i>54,5%</i>	<i>53,0%</i>	<i>+1,4pp</i>
(-) Despesas Operacionais	(482,3)	(496,5)	-2,9%	(904,0)	(925,3)	-2,3%
Despesas com vendas	(376,2)	(362,4)	+3,8%	(687,2)	(691,2)	-0,6%
Despesas gerais e administrativas	(77,1)	(63,8)	+20,8%	(148,6)	(134,0)	+10,9%
Outras (despesas) operacionais, líquidas	(29,1)	(70,3)	-58,7%	(68,2)	(100,1)	-31,9%
(+) Resultado Financeiro	(16,5)	(15,4)	+7,7%	(41,6)	(36,1)	+15,3%
Receitas financeiras	26,4	31,8	-16,9%	77,3	65,5	+18,0%
Despesas financeiras	(47,1)	(37,5)	+25,5%	(92,5)	(80,2)	+15,2%
Variação cambial líquida	4,1	(9,6)	-142,6%	(26,5)	(21,4)	+23,7%
(=) EBT	192,0	90,9	+111,2%	392,0	201,9	+94,2%
(-) IR/CS	(25,5)	(16,3)	+57,0%	(48,0)	(8,1)	+489,8%
(=) Lucro Líquido Op. Continuadas (Exc. Eq. Patrimonial)	166,4	74,6	+123,0%	344,1	193,7	+77,6%
(+) Equivalência Patrimonial	3,2	12,3	-73,8%	(11,6)	5,6	-305,2%
(=) Lucro Líquido Exercício	169,7	87,0	+95,1%	332,5	199,4	+66,8%
<i>Margem Líquida (%)</i>	<i>13,8%</i>	<i>7,9%</i>	<i>+5,9pp</i>	<i>13,5%</i>	<i>9,1%</i>	<i>+4,5pp</i>

Balanço Patrimonial (R\$ milhões)

ATIVO	30/06/2026	31/12/2025	PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	30/06/2026	31/12/2025
CIRCULANTE			CIRCULANTE		
Caixa e equivalentes de caixa	717,7	555,6	Fornecedores	493,4	442,3
Contas a receber de clientes	1.273,8	1.189,6	Risco Sacado	135,9	158,1
Estoques	829,9	760,1	Empréstimos e financiamentos	424,9	380,5
Tributos a recuperar	133,1	138,3	Passivo de Arrendamento	34,2	39,2
Despesas antecipadas	45,9	35,3	Obrigações fiscais	56,9	48,0
Outros créditos	35,3	32,1	Plano de incentivo de longo prazo	3,5	1,4
Total do ativo circulante	3.035,7	2.711,0	Provisões e outras obrigações	233,1	188,3
			Obrigações trabalhistas e previdenciárias	186,1	220,8
			Contas a pagar pela aquisição de controladas	-	89,1
			Provisão para contingências tributárias, cíveis e trabalhistas	9,9	12,8
			Juros sobre o capital próprio e dividendos a pagar	10,6	106,6
			Total do passivo circulante	1.588,6	1.687,1
NÃO CIRCULANTE			NÃO CIRCULANTE		
Aplicações Financeiras	16,0	15,0	Empréstimos e financiamentos	841,0	855,0
Tributos a recuperar	308,3	274,0	Passivo de Arrendamento	101,3	124,2
Imposto de renda e contribuição social diferidos	179,9	240,5	Imposto de renda e contribuição social diferidos	0,1	0,1
Depósitos judiciais	23,9	27,5	Provisão para contingências tributárias, cíveis e trabalhistas	12,0	16,8
Outros créditos	12,8	10,1	Plano de incentivo de longo prazo	28,9	16,7
Ativo realizável à longo prazo			Outras obrigações	17,4	17,1
Investimentos	744,8	798,3	Obrigações Fiscais	78,6	56,0
Imobilizado	1.397,5	1.401,1	Total do passivo não circulante	1.079,3	1.085,9
Ativo direito de uso	117,3	146,0			
Intangível	451,0	473,1			
Total do ativo não circulante	3.251,5	3.385,7	PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
			Capital social	3.056,9	3.056,9
			Reservas de capital	223,3	223,3
			Reserva de lucros	258,1	258,1
			Lucro (Prejuízos) acumulados	334,6	-
			Outros Resultados abrangentes	(253,3)	(214,3)
			Patrimônio líquido atribuído aos acionistas controladores	3.619,5	3.323,9
			Participação dos acionistas não controladores no patrimônio líquido das controladas	(0,1)	(0,1)
			Total do patrimônio líquido	3.619,3	3.323,8
TOTAL DO ATIVO	6.287,1	6.096,8	TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	6.287,1	6.096,8

Fluxo de Caixa (R\$ milhões)

(R\$ milhões)	2T26	2T25
Caixa líquido (utilizado) / gerado pelas atividades operacionais	146,5	64,3
Ajustes para reconciliar o lucro líquido do exercício proveniente das operações continuadas ao caixa líquido gerado pelas atividades operacionais	315,8	235,1
Lucro líquido do exercício proveniente das operações continuadas	169,7	87,0
Depreciação e amortização	50,5	57,6
Resultado na venda/baixa do imobilizado	0,0	0,3
Resultado da equivalência patrimonial	(3,2)	(12,3)
Juros, variações monetárias e cambiais	37,3	35,8
Provisão para contingências trabalhistas, cíveis e tributárias	6,2	23,7
Imposto de renda e contribuição social correntes e diferidos	25,5	16,3
Perdas nos estoques – provisão e ajuste de inventário	13,1	6,2
Provisão para perda esperada (impairment) do contas a receber	(2,5)	2,5
Atualização monetária de depósitos judiciais e créditos tributários	0,1	0,2
Provisão para plano de incentivo de Longo Prazo	5,6	3,3
Provisão de juros com passivos de arrendamento	3,5	3,7
Depreciação de ativo de direito de uso	9,9	10,8
Atualização Contas a Pagar Compra de Controlada	(0,0)	-
Redução (aumento) nos ativos e passivos	(108,7)	(145,8)
Contas a receber de clientes	(46,7)	(59,1)
Estoques	(55,3)	(91,3)
Despesas antecipadas	(14,9)	(0,5)
Impostos a recuperar	(22,4)	(10,6)
Fornecedores	42,8	31,3
Obrigações tributárias	37,0	27,6
Obrigações trabalhistas e previdenciárias	(55,3)	(50,9)
Contingências	(7,1)	(20,6)
Outros	13,2	28,3
Caixa (utilizado) / gerado nas operações	207,1	89,3
(Pagamentos) / ressarcimento de imposto de renda e contribuição social	(3,0)	(11,6)
Pagamento de encargos, de empréstimos e financiamentos	(54,6)	(10,6)
Pagamento de juros de arrendamento mercantil IFRS 16	(3,1)	(2,8)
Caixa líquido (utilizado) nas atividades de investimento	(118,2)	(54,3)
Aquisições de imobilizado e intangível	(54,1)	(54,3)
Pagamento de aquisição de investida (Ioasys)	(64,1)	-
Caixa líquido gerado pelas (utilizado nas) atividades de financiamento	(81,8)	(259,0)
Captações de empréstimos e financiamentos	123,3	101,4
Pagamento de empréstimos e financiamentos – Principal	(104,2)	(288,6)
Pagamento de juros sobre o capital próprio e dividendos	(90,9)	(61,1)
Pagamento de principal de arrendamento mercantil - IFRS 16	(10,1)	(10,7)
Efeito de variação cambial sobre caixa e equivalentes de caixa	(23,4)	14,9
Aumento (redução) de caixa e equivalentes de caixa	(77,0)	(234,1)
Saldo inicial do caixa e equivalentes de caixa	794,7	1.098,6
Saldo final do caixa e equivalentes de caixa	717,7	864,6



ALPARGATAS

RELAÇÕES COM INVESTIDORES
ri@alpargatas.com





ALPARGATAS

2Q26 Earnings Release

VIDEO CONFERENCE
August 7th, 2026 | Friday

Portuguese
09:00 (BRT) | 08:00 (EST)
With simultaneous translation to English

[Access to Zoom](#)

Message from Management

Continuing our long transformation journey, we celebrate once again, concrete advances on several fronts that we have defined as priorities. The results recorded in 2Q26 consolidate the effectiveness of the initiatives implemented and the strategic decisions made along this trajectory. Alpargatas recorded an **Adjusted EBITDA of R\$286 million**, with an **EBITDA margin of 23.3%**, the best result for a second quarter in our time series. We have been able to keep our brand stronger every day, which also translates into the resumption of our growth, both in Brazil and in the international market. This combination of sales growth with cost and expenses discipline has allowed us to achieve healthy and growing margins. More than celebrating the gains so far, we remain confident in our strategy and committed to ensuring that Alpargatas is well prepared to capture the opportunities ahead.

The consolidated Havaianas operation reached **R\$1.2 billion in Net Sales**, with a variation of **11% vs 2Q25**. This growth reflects the **9% increase in the volume of pairs sold**, totaling 46 million pairs in Brazil and 7.7 million in the international operation. In addition, the net sales per pair benefited from the improvement in the channel mix in Brazil and positive performance in our international operation, especially in Europe, where our recovery journey continues to evolve gradually, with a more adjusted execution. **Gross Profit totaled R\$691 million, an increase of 14.6%** compared to the same period of the previous year, with a **gross margin of 56.3%, an increase of 1.6 p.p.** when compared to 2Q25, demonstrating the operational evolution observed in the period. The brand's consolidated EBITDA was **R\$283 million, an increase of 45%** and a margin of **23%, +5.4 p.p.** vs 2Q25. This quarter's results reflect a recovery in production scale, sustained service levels above 80%, combined with a stronger end-to-end integration across planning, manufacturing, and commercial execution.

Cash generation was R\$74 million in the quarter or R\$463 million over the last 12 months. For the second consecutive quarter, we reported **financial leverage of 0.5x Net Debt/EBITDA**. In the working capital dynamics, we recorded consumption of **R\$47 million in the quarter**. On days of net sales, our cash cycle remained stable compared to 1Q26, and slightly higher than in 2Q25, due to a combination of lower inventories, offset by higher volume of receivables, especially in Europe. It is worth noting that these movements occurred without relevant changes in commercial policies with customers or in payment conditions to suppliers. In addition, this quarter, **investment** in the implementation of our priority projects totaled **R\$54 million**, in line with the plan foreseen in the capital budget of **R\$243 million for the year**.

Havaianas Brazil

In Brazil, after pulling forward volumes in the previous quarter to support the new collection launch, we captured the results of the adjustments made in channels' dynamics, with a **growth of 13% in sell-out**. Volume totaled **46 million pairs** in the quarter, representing a **growth of 9%** compared to 2Q25 and with **gains of 2.1 p.p. of market share** at the end of the quarter in the food channel. We remain focused on the balance of sell-in and sell-out, ensuring healthy inventory levels throughout the chain.

In 2Q26, we posted **17% growth in Net Sales** in Brazil, with a **7% increase in net sales per pair**, explained by the better mix of channels and products. **Gross Margin** for the quarter was **48%** and **EBITDA Margin was 20%**, once again achieving the **highest margin levels ever recorded** by the Company in a second quarter. This quarter, we increased marketing investments, totaling about **10% of Net Sales** in Brazil, driven by the World Cup's activations. It is worth mentioning that, although marketing investments represent an expansion of 3 p.p. compared to 2Q25, the last **12 months level totaled 8% of Net Sales**, a level that we consider healthy for the brand in the Brazilian operation. Investments related to the World Cup are part of the brand's global calendar and reflect our strategy of maintaining a frequent and relevant connection with consumers, taking advantage of moments of great global mobilization and strong engagement of the Brazilian public.

Message from Management

Havaianas International

The international operation continues on a path of scale recovery, focused on commercial discipline and operational efficiency. **Net Sales** for the quarter was **R\$406 million**, reflecting **12% growth in pairs sold**, compared to the same period of the previous year.

In **Europe**, the adjustments implemented in recent years, both in commercial execution and in the service level, have been key to rebuilding our credibility with customers and ensuring the right product is available in the right channel. In 2Q26, **4.4 million** pairs were sold, an increase of **21%** compared to 2Q25. The sell-out of the period also showed a good pace of growth in the seasonally most important quarter for the operation of this geography.

In **United States**, the transition to the new business model continues to advance at a good pace, with a relevant expansion of the sell-through, which represents sales from our distributor to retailers. Our sell-in volume decreased **by 30% in the quarter**, a reduction completely explained by the different seasonal profile brought about by the new business model, given that in 2Q25 we used to operate in the direct model in the American market. In the cumulative view of **1S26**, which offers a more adequate basis for comparison, our **sales volumes grew 40%** compared to the same period of the previous year. The result of the U.S. operation in the first six months of this year interrupts a series of historic losses over many years, while surpassing previous volume records in the region, reinforcing our confidence that the new business model is leading us toward a healthier operation, with broader market reach and multiple growth opportunities.

In 2Q26, in the markets in which we operate through **distributors** (IDM), in the APAC, MEA and Latin America regions, we resumed volume growth, with an expansion of **12%** compared to the same period of the previous year, totaling **2.8 million pairs**. In the quarter, strong volume growth in Latin America and Asia offset the impacts of geopolitical conflicts in the Middle East seen in some geographies.

Havaianas International's consolidated **Gross Margin** reached **73%, an increase of 3 p.p.** compared to 2Q25. This level of gross margins returns to the levels we had reached in 2Q21, when we had an operational scale 3.5 million pairs larger in the international market, demonstrating the structural evolution of the international operation's profitability. This result highlights the profitability potential embedded in our business and reinforces the importance of continuing to scale our international operations. **EBITDA from the international operation was R\$117 million** in the quarter, with **an EBITDA margin of 29%**, reflecting the combination of good commercial performance in Europe, the change in the business model in the United States, the discipline of expenses in all geographies and the commercial adjustments implemented.

Rothy's

In 2Q26, Rothy's **Net Sales totaled US\$61 million**, a **reduction of 3% compared to 2Q25**, explained by the retraction in e-commerce sales volume. **Gross Margin** reached **67%**, an expansion of 6 p.p. year-over-year, benefiting from a reimbursement by the U.S. government related to tariffs imposed on products imported from China in the prior year.

As a result, **quarterly EBITDA totaled US\$6.5 million**, which represents a reversal of the negative results registered last quarter, in which the Company had been impacted by store closures due to extreme weather conditions in the first months of the year and the United States tax on products imported from China.

Message from Management

Branding and Marketing Strategy

In Marketing and Product, the quarter was marked by the 2026 FIFA World Cup, one of the main moments in the global Havaianas calendar this year. With the “*Molho Brasileiro*” (Brazilian sauce) campaign, starring global ambassador Vini Jr., **we reinforced the “Brazilianness” as one of the brand's main assets, connecting soccer, culture and the Brazilian way of life.** The campaign gained scale both in Brazil and internationally, with emphasis on the United States, combining brand activations, presence at strategic points and a strong digital agenda. In Brazil, we also expanded the connection between communication and commercial execution through partnerships with important retailers, reinforcing our ability to translate moments of high cultural relevance into brand desire, engagement with consumers and commercial opportunities. In addition to the initiatives aimed at strengthening the brand, we also celebrated a successful collection launch, which demonstrated the strong adherence of the products launched to consumer demands and preferences.

The period was also marked by initiatives such as the collab with Isabel Marant, expanding the presence of Havaianas in the international fashion universe, and the global activation around “The Devil Wears Prada”, connecting the brand to one of the pop culture and fashion icons.

It is important to note that the highest level of marketing investments recorded in the quarter is in line with the brand's calendar, which prioritizes moments of greater connection with consumers and potential for visibility, which may vary from one year to another.

In Brazil, investments continued to **sustain the brand's leadership and support the commercial operation** in all channels. In the international operation, the strategy remains focused on the **selectivity of investments, prioritizing markets, channels and initiatives with greater potential for return** and contribution to the strengthening of the brand in the long term.

Portfolio management discipline and the rationalization of product launches continue to be important pillars, allowing greater depth of distribution, better commercial execution and consistent evolution of the product mix, with emphasis on the male and child segments.

Outlook

We continue **to move forward in 2026 with confidence in the defined strategy** and in Alpargatas' ability to deliver consistent and sustainable results. The evolution observed in recent quarters reinforces the soundness of the choices made and allows us to look at the coming years from a stronger, more efficient, disciplined, and better-prepared position to capture the long-term growth opportunities of our business.

In Brazil, we remain focused on sustainable expansion, preserving leadership in the food channel and continuously improving our execution in specialized channels. In the international environment, we remain attentive to the gradual recovery in volumes, the consolidation of the new business model in the United States and the brand strengthening across key geographies.

The results achieved **reinforce the resilience of our business model.** The continued progress of our international operations, combined with greater geographic diversification of revenues and ongoing improvements in operational efficiency, contributes to a more consistent earnings profile over time. At the same time, the nature of our cost structure and our disciplined business management practices reduce the Company's sensitivity to short-term external fluctuations, allowing us to remain focused on executing our strategy and delivering long-term value to shareholders.

And so, we are confident in our ability to build the next chapter of Alpargatas' history. A chapter that proposes to appropriate the advances implemented throughout this journey, while seeking innovation and connection with consumer trends around the world. With a clear strategy, solid results and discipline in the execution and resource allocation, **we will continue to prepare ourselves to capture the opportunities ahead of us**, strengthening our core business and expanding, in a sustainable way, the global relevance of Havaianas.

Alpargatas 2Q26 Result

Havaianas Brazil Volume
46 million pairs vs.
42 million in 2Q25



Havaianas International Volume
8 million vs.
7 million in 2Q25

Net Sales
R\$ 1.2 billion vs.
R\$1.1 billion in 2Q25



Gross Profit
R\$ 691 million vs.
R\$603 million in 2Q25

Gross Margin
56.3% vs. 54.7% in 2Q25



Adjusted EBITDA
R\$ 286 million vs.
R\$ 193 million in 2Q25

Adjusted EBITDA Margin
23.3% vs. 17.5% in 2Q25



Net Income
R\$ 170 million vs.
R\$ 87 million in 2Q25

Operational and Financial Indicators

(million pairs)	2Q26	2Q25	2Q26 vs. 2Q25	1S26	1S25	1S26 vs. 1S25
Volume	53.3	48.8	+9.0%	114.7	105.6	+8.7%
Havaianas Brazil	45.6	42.0	+8.6%	100.4	92.9	+8.1%
Havaianas International	7.7	6.9	+11.9%	14.3	12.7	+13.2%
Europe	4.4	3.6	+20.9%	7.9	6.6	+19.6%
USA	0.6	0.8	-30.0%	1.8	1.2	+40.2%
IDM	2.8	2.5	+12.1%	4.7	4.8	-2.3%

(R\$ million)	2Q26	2Q25	2Q26 vs. 2Q25	1S26	1S25	1S26 vs. 1S25
(=) Net Sales	1,226.4	1,101.4	+11.3%	2,455.8	2,193.8	+11.9%
Havaianas	1,215.0	1,090.3	+11.4%	2,431.7	2,172.2	+11.9%
Other	11.3	11.0	+2.5%	24.1	21.7	+11.4%
(-) COGS	(535.5)	(498.6)	+7.4%	(1,118.1)	(1,030.6)	+8.5%
Havaianas	(532.2)	(497.4)	+7.0%	(1,108.8)	(1,026.7)	+8.0%
Other	(3.3)	(1.2)	+185.1%	(9.3)	(3.9)	+140.1%
(=) Gross Profit	690.8	602.8	+14.6%	1,337.7	1,163.3	+15.0%
Havaianas	682.9	592.9	+15.2%	1,322.9	1,145.5	+15.5%
Other	8.0	9.9	-19.1%	14.8	17.8	-16.8%
Gross Margin (%)	56.3%	54.7%	+1.6pp	54.5%	53.0%	+1.4pp
Havaianas (%)	56.2%	54.4%	+1.8pp	54.4%	52.7%	+1.7pp
Other (%)	70.5%	89.4%	-18.9pp	61.3%	82.1%	-20.7pp
(=) EBITDA	269.1	174.7	+54.1%	555.4	369.0	+50.5%
Havaianas	283.1	195.4	+44.9%	582.7	402.3	+44.9%
Other	(14.1)	(20.8)	-32.2%	(27.4)	(33.3)	-17.7%
EBITDA Margin (%)	21.9%	15.9%	+6.1pp	22.6%	16.8%	+5.8pp
Havaianas EBITDA Margin (%)	23.3%	17.9%	+5.4pp	24.0%	18.5%	+5.4pp
Other EBITDA Margin (%)	-124.4%	-188.3%	+63.9pp	-113.6%	-153.6%	+40.1pp
(+) Extraordinary Items	16.9	17.9	-5.7%	30.2	29.6	+1.9%
(=) Adjusted EBITDA	286.0	192.6	+48.5%	585.5	398.6	+46.9%
Adjusted EBITDA Margin (%)	23.3%	17.5%	+5.8pp	23.8%	18.2%	+5.7pp
(=) Net Income	169.7	87.0	+95.1%	332.5	199.4	+66.8%
Net Margin (%)	13.8%	7.9%	+5.9pp	13.5%	9.1%	+4.5pp

Volume (million pairs)

(million pairs)	2Q26	2Q25	2Q26 vs. 2Q25	1S26	1S25	1S26 vs. 1S25
Volume	53.3	48.8	+9.0%	114.7	105.6	+8.7%
Havaianas Brazil	45.6	42.0	+8.6%	100.4	92.9	+8.1%
Havaianas International	7.7	6.9	+11.9%	14.3	12.7	+13.2%
Europe	4.4	3.6	+20.9%	7.9	6.6	+19.6%
USA	0.6	0.8	-30.0%	1.8	1.2	+40.2%
IDM	2.8	2.5	+12.1%	4.7	4.8	-2.3%

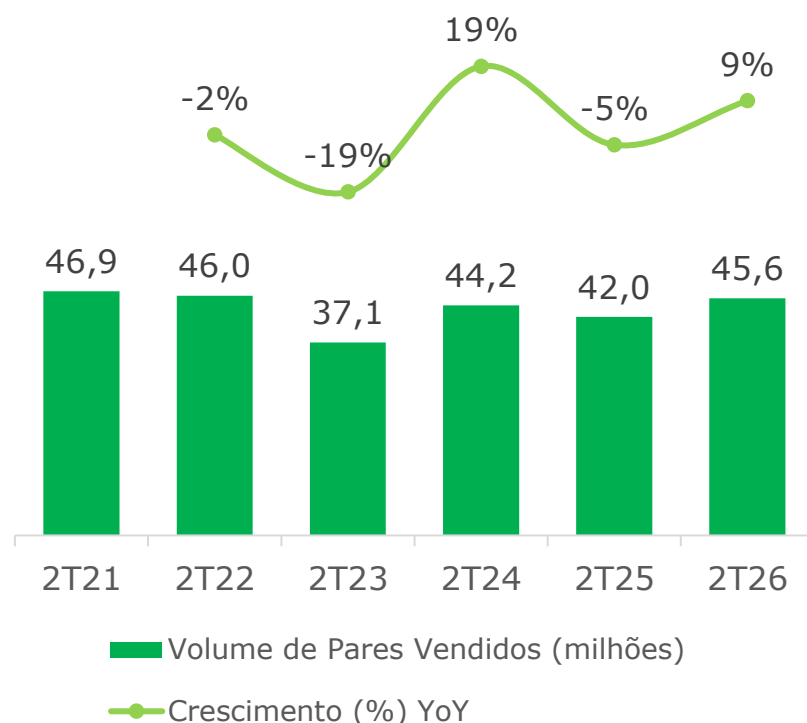
The Company ended 2Q26 with a **9.0% growth in the volume of pairs sold** versus 2Q25, reflecting the positive performance of both domestic and international operations.

In **Havaianas Brazil operation**, **45.6 million** pairs were sold in 2Q26, representing an increase of **8.6%** compared to 2Q25. Sell-out grew **13%** in the same period analyzed. We remain focused on the balance between sell-in and sell-out seeking a healthy inventory balance across the chain. In the last twelve months, we registered 2.4 million more pairs in the chain, a stock considered normalized for the operation. In the period, the food operation market share totaled **79.7%**, representing a gain of 2.1p.p. in the annual comparison, with good performance in both the modern and traditional channels.

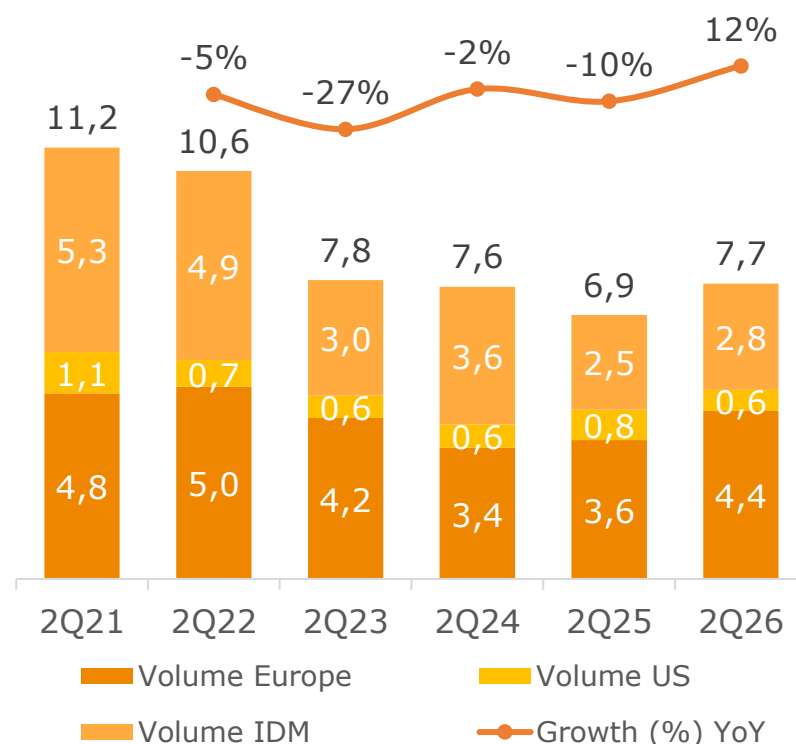
In **Havaianas International operation**, volume increased **11.9%**, totaling **7.7 million** pairs, distributed as follows: (i) 4.4 million in Europe (+20.9%); (ii) 2.8 million in IDM (+12.1%); and (iii) 0.6 million in the US (-30%).

In **Europe**, sales maintained positive trend for the third consecutive quarter, totaling 4.4 million pairs. This is the quarter with the highest seasonality, due to the summer, and reflects the good execution performance in the region. In the quarter, the **Distributor Markets (IDM)** operation grew 12.1% in volume sold compared to 2Q25. The positive result reflects the good performances in Latam and Asia, offsetting the impacts of geopolitical conflicts in the Middle East observed in some geographies. Finally, in the United States operation, the sell-in volume decreased **by 30% in the quarter**, a reduction completely explained by the different seasonal profile brought about by the new business model. However, in the cumulative view of **1S26**, which offers a more adequate basis for comparison, registered **sales volumes 40% higher** compared to 1S25.

Havaianas Brazil Volume (million pairs)



Havaianas International Volume (million pairs)



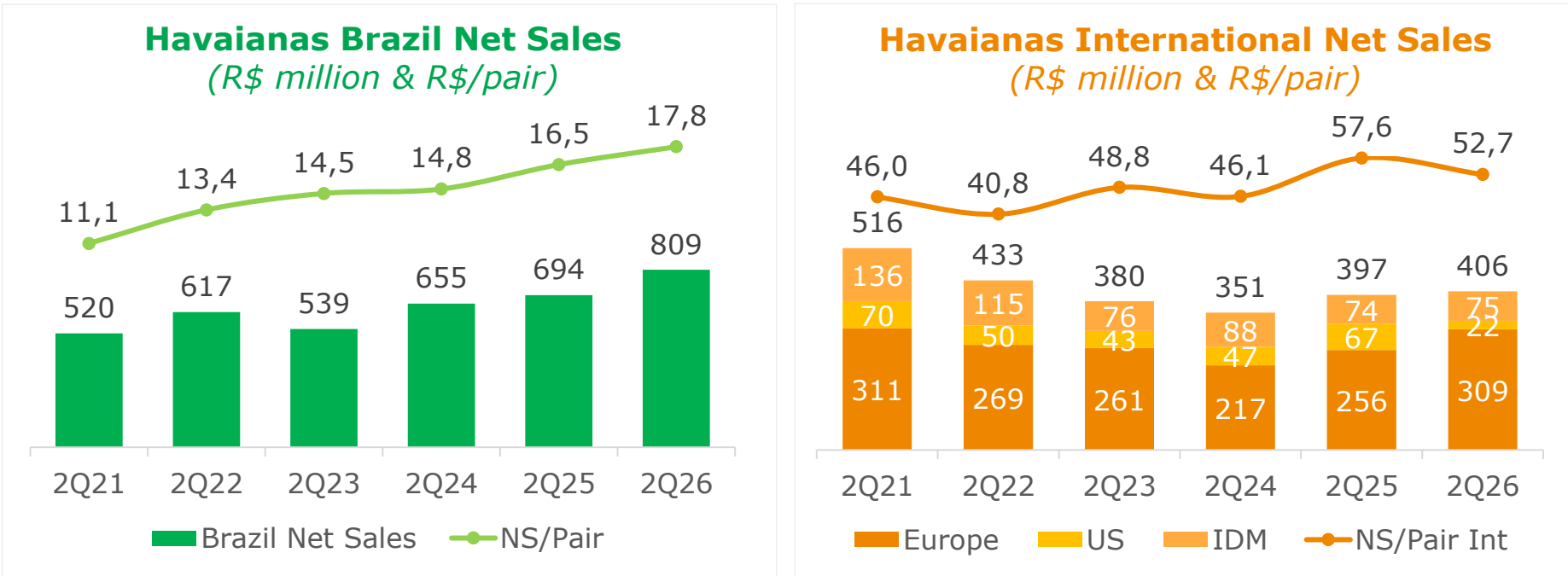
Net Sales (R\$ million)

(R\$ million)	2Q26	2Q25	2Q26 vs. 2Q25	1S26	1S25	1S26 vs. 1S25
(=) Net Sales	1,226.4	1,101.4	+11.3%	2,455.8	2,193.8	+11.9%
Havaianas Net Sales	1,215.0	1,090.3	+11.4%	2,431.7	2,172.2	+11.9%
Brazil	809.2	693.7	+16.7%	1,718.3	1,496.6	+14.8%
International	405.8	396.6	+2.3%	713.4	675.6	+5.6%
Europe	308.5	255.8	+20.6%	512.3	433.1	+18.3%
USA	22.1	66.8	-66.9%	72.6	108.0	-32.8%
IDM	75.2	74.1	+1.5%	128.4	134.6	-4.5%
Other Net Sales	11.3	11.0	+2.5%	24.1	21.7	+11.4%

In the quarter, **consolidated Net Sales totaled R\$ 1.2 billion**, representing an increase of 11.3% versus 2Q25.

In **Havaianas Brazil**, Net Sales for the quarter reached R\$ 809.2 million, growth of 16.7% y/y. The result continues to be driven by the better product mix across all channels.

In **the Havaianas International** operation, Net Sales for the quarter reached R\$ 405.8 million, with growth of 2.3% y/y. This growth reflects successful execution during the quarter of higher seasonality in Europe, as well as good performances in Latin America and Asia in the period.



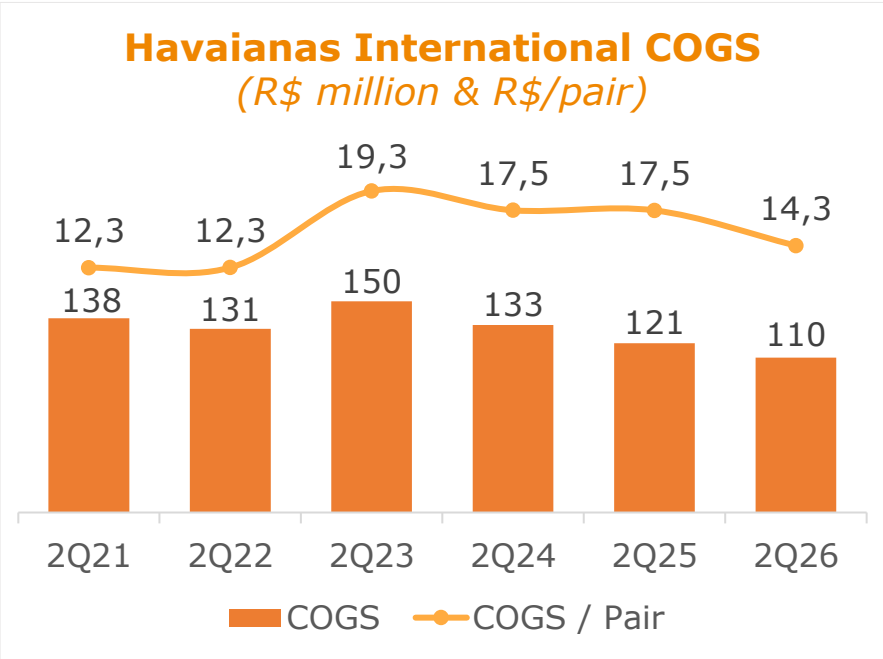
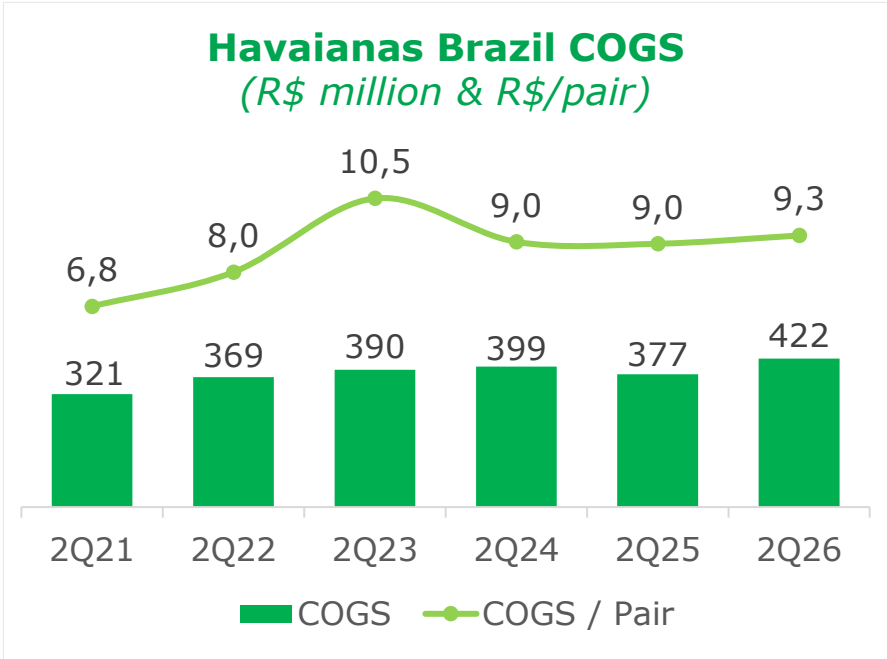
COGS (R\$ million)

(R\$ million)	2Q26	2Q25	2Q26 vs. 2Q25	1S26	1S25	1S26 vs. 1S25
COGS	(535.5)	(498.6)	+7.4%	(1,118.1)	(1,030.6)	+8.5%
Havaianas COGS	(532.2)	(497.4)	+7.0%	(1,108.8)	(1,026.7)	+8.0%
Brazil	(422.0)	(376.9)	+12.0%	(881.2)	(807.9)	+9.1%
International	(110.2)	(120.5)	-8.6%	(227.6)	(218.7)	+4.0%
Other COGS	(3.3)	(1.2)	+185.1%	(9.3)	(3.9)	+140.1%

In 2Q26, **COGS totaled R\$535.5 million**, representing a growth of 7.4% compared to 2Q25.

In **Havaianas Brazil**, COGS totaled R\$422.0 million in the quarter, representing an increase of 12.0% compared to 2Q25. Cost per pair increased by 3.1% y/y, explained by the mix of products and channels.

In **Havaianas International** operation, COGS totaled R\$ 110.2 million, a reduction of 8.6% compared to 2Q25. This variation is mainly explained by 18.3% reduction in COGS per pair compared to the same period of the previous year, mainly related by the gain in scale in Europe and the positive effect of the exchange rate variation, in addition to the reduction of costs related to distribution in the United States operation.



Gross Profit (R\$ million) and Gross Margin (%)

(R\$ million)	2Q26	2Q25	2Q26 vs. 2Q25	1S26	1S25	1S26 vs. 1S25
(=) Gross Profit	690.8	602.8	+14.6%	1,337.7	1,163.3	+15.0%
Havaianas Gross Profit	682.9	592.9	+15.2%	1,322.9	1,145.5	+15.5%
Brazil	387.2	316.8	+22.2%	837.1	688.6	+21.6%
International	295.6	276.1	+7.1%	485.8	456.9	+6.3%
Other Gross Profit	8.0	9.9	-19.1%	14.8	17.8	-16.8%
Gross Margin (%)	56.3%	54.7%	+1.6pp	54.5%	53.0%	+1.4pp
Havaianas Gross Margin (%)	56.2%	54.4%	+1.8pp	54.4%	52.7%	+1.7pp
Brazil Gross Margin (%)	47.9%	45.7%	+2.2pp	48.7%	46.0%	+2.7pp
International Gross Margin (%)	72.8%	69.6%	+3.2pp	68.1%	67.6%	+0.5pp
Other Gross Margin(%)	70.5%	89.4%	-18.9pp	61.3%	82.1%	-20.7pp

In the quarter, **Gross Profit totaled R\$ 690.8 million**, an increase of 14.6% compared to 2Q25 and the highest gross profit ever recorded by the Company. The Gross Margin of 56.3% shows the continuity of the Company's operational improvement, the product mix evolution and the good performance of the international operation, resulting in a gain of 1.6 p.p. in the consolidated gross margin, compared to 2Q25.

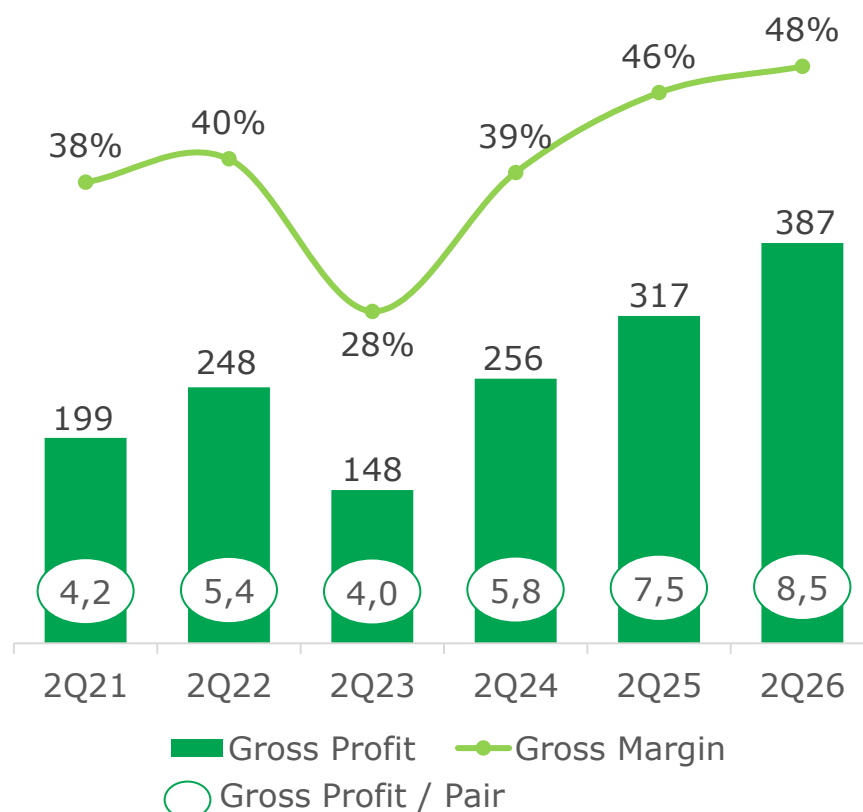
The dynamics between the operations are detailed below:

In the **Brazilian Operation**, Gross Profit totaled R\$ 387.2 million in the quarter, representing an increase of 22.2% compared to 2Q25, while Gross Margin reached a record level between the second quarters, reaching 47.9%.

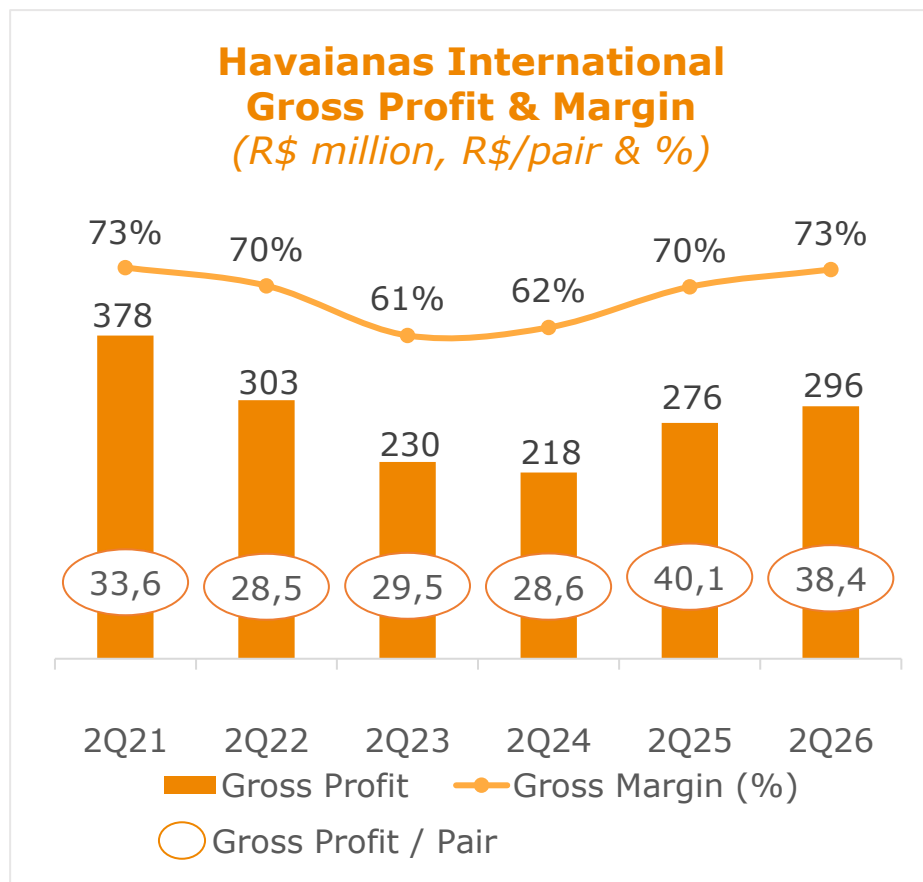
The 2Q26 result maintains the trend observed over the last few periods, with an increase in the average price per pair driven by the product mix.



Havaianas Brazil Gross Profit & Margin (R\$ million, R\$/pair & %)



Gross Profit (R\$ million) and Gross Margin (%)



In this quarter, **International Operation** recorded a Gross Profit of R\$ 295.6 million, representing a growth of 7.1% compared to the same period of the previous year. Gross Margin totaled 72.8%, returning to the same level as of 2021.

This performance reflects the resumption of execution in the European operation and sales recovery in the Distributor Markets (MDI), more than offsetting the effect of the change in the business model in the United States, which naturally has effects on the product's gross margin.



SG&A (R\$ million)

(R\$ million)	2Q26	2Q25	2Q26 vs. 2Q25	1S26	1S25	1S26 vs. 1S25
(-) Operating Expenses	(482.3)	(496.5)	-2.9%	(904.0)	(925.3)	-2.3%
Sales	(376.2)	(362.4)	+3.8%	(687.2)	(691.2)	-0.6%
Havaianas	(361.3)	(349.7)	+3.3%	(660.5)	(667.0)	-1.0%
Others	(14.9)	(12.7)	+17.1%	(26.7)	(24.3)	+10.2%
General and administrative	(77.1)	(63.8)	+20.8%	(148.7)	(134.1)	+10.9%
Havaianas	(76.5)	(62.6)	+22.2%	(148.9)	(125.9)	+18.3%
Others	(0.6)	(1.2)	-54.0%	0.2	(8.2)	-103.0%
Other operating income (expenses). net	(29.1)	(70.3)	-58.7%	(68.2)	(100.1)	-31.9%
Havaianas	(34.5)	(66.1)	-47.9%	(77.3)	(107.3)	-28.0%
Others	5.4	(4.2)	-228.5%	9.1	7.3	+25.7%
(+) Extraordinary Items	16.9	17.9	-5.7%	30.2	29.6	+1.9%
M&A expenses	2.0	0.1	-	2.0	0.3	-
Simplification expenses	14.9	15.0	-0.1%	28.3	25.3	+11.7%
Other expenses / revenues	0.0	2.9	-99.3%	(0.1)	4.0	-101.5%
Operating Expenses excluding Extraordinary Items	(465.4)	(478.6)	-2.8%	(873.9)	(895.7)	-2.4%
Operating Expenses excluding Extraordinary Items (% RL)	38.0%	43.5%	-5.5pp	35.6%	40.8%	-5.2pp

In 2Q26, **Alpargatas' Operating Expenses totaled R\$ 482.3 million**, representing a reduction of 2.9% compared to 2Q25. Considering only recurring operating expenses, excluding extraordinary items, the amount reached R\$465.4 million, a reduction of 2.8% year-over-year. In addition, expenses represented a decrease of 5.5p.p. as a percentage of net sales, reflecting operating leverage gains, particularly in the international operation, as well as greater discipline in expense allocation throughout the period.

In **Havaianas Brazil**, annual expenses totaled R\$276.3 million in 2Q26, an increase of 16.5% year-over-year and the maintenance of expenses as a percentage of net sales. This nominal increase is mainly explained by investments in marketing during this period, taking advantage of the engagement of the Brazilian public throughout FIFA World Cup event, in addition to the launch of exclusive collabs in the period. As already noted, marketing expenses tend to show greater volatility over the quarters, but in the consolidated of the year, it should not represent a positive or negative structural impact on the level of expenses as a percentage of net sales.

In **International Operation**, operating expenses totaled R\$196.0 million in the quarter, a reduction of 18.7% compared to 2Q25, corresponding to a decrease of 12.5p.p. as a percentage of net sales. As in the first quarter, the change in the business model in the United States contributed to the reduction of operating expenses, due to the leaner nature of the structure.



EBITDA and EBITDA Margin (R\$ million)

(R\$ million)	2Q26	2Q25	2Q26 vs. 2Q25	1S26	1S25	1S26 vs. 1S25
(=) Gross Profit	690.8	602.8	+14.6%	1,337.7	1,163.3	+15.0%
<i>Gross Margin (%)</i>	56.3%	54.7%	+1.6pp	54.5%	53.0%	+1.4pp
(-) Operating Expenses	(482.3)	(496.5)	-2.9%	(904.0)	(925.3)	-2.3%
(+) D&A	(60.6)	(68.4)	-11.5%	(121.7)	(131.0)	-7.1%
(=) EBITDA	269.1	174.7	+54.1%	555.4	369.0	+50.5%
Havaianas	283.1	195.4	+44.9%	582.7	402.3	+44.9%
Brazil	165.7	138.2	+19.9%	403.1	312.0	+29.2%
International	117.4	57.2	+105.2%	179.6	90.2	+99.1%
Other	(14.1)	(20.8)	-32.2%	(27.4)	(33.3)	-17.7%
<i>EBITDA Margin (%)</i>	21.9%	15.9%	+6.1pp	22.6%	16.8%	+5.8pp
<i>EBITDA Margin Havaianas (%)</i>	23.3%	17.9%	+5.4pp	24.0%	18.5%	+5.4pp
<i>EBITDA Margin Brazil (%)</i>	20.5%	19.9%	+0.6pp	23.5%	20.9%	+2.6pp
<i>EBITDA Margin International (%)</i>	28.9%	14.4%	+14.5pp	25.2%	13.4%	+11.8pp
<i>EBITDA Margin Others (%)</i>	-124.4%	-188.3%	+63.9pp	-113.6%	-153.6%	+40.1pp
(+) Extraordinary Items	16.9	17.9	-5.7%	30.2	29.6	+1.9%
(=) Adjusted EBITDA	286.0	192.6	+48.5%	585.5	398.6	+46.9%
<i>Adjusted EBITDA Margin (%)</i>	23.3%	17.5%	+5.8pp	23.8%	18.2%	+5.7pp

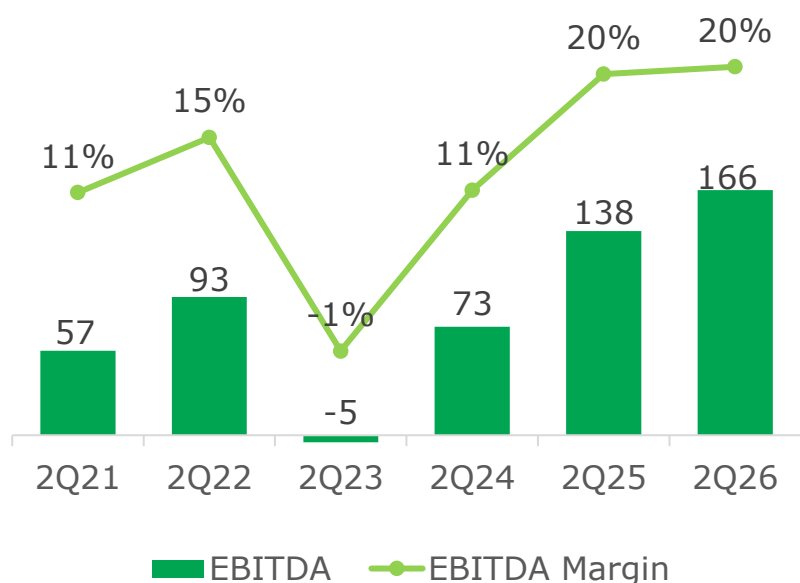
In 2Q26, **Alpargatas' adjusted EBITDA reached R\$ 286.0 million**, with a margin of 23.3%, representing an expansion of 5.8p.p. compared to 2Q25. The year-over-year growth reflects Alpargatas' consistent operational evolution, supported by Net Sales growth and gains in cost and expense efficiencies.

In **Havaianas Brazil**, EBITDA reached R\$ 165.7 million in the quarter, representing a growth of 19.9% compared to 2Q25 and being the highest EBITDA ever recorded for a second quarter. The EBITDA margin also expanded by 0.6p.p., totaling 20.5%. This margin advance mainly reflects the 2.2p.p. expansion in gross margin, partially offset by the negative impact of higher marketing investment in the period.

In **Havaianas International**, EBITDA for the quarter was R\$117.4 million, an increase of 105.2% compared to 2Q25, with a margin of 28.9%, representing an expansion of 14.5p.p. compared to 2Q25. This increase in margin is explained by the increase in gross margin by 3.2p.p., in addition to the reduction in expenses of all kinds, which together, contributed positively by 11.3p.p., mainly explained by the change in the business model in the United States.

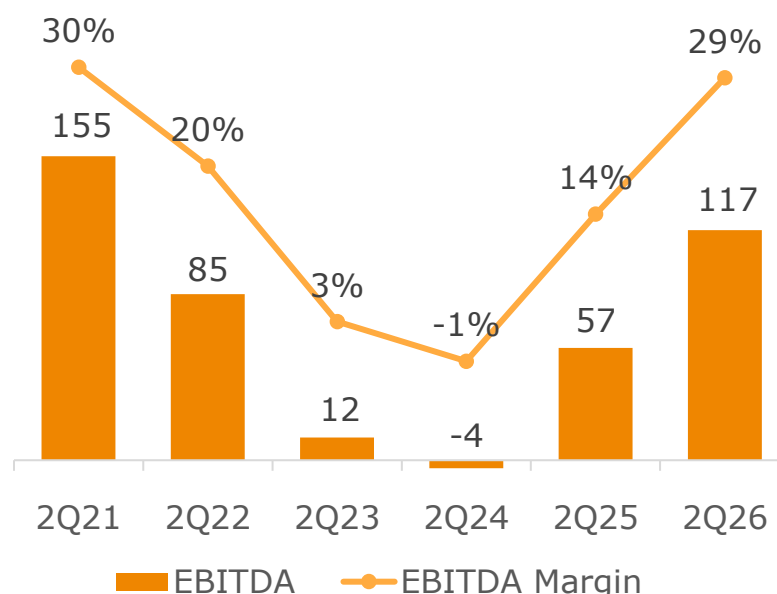
EBITDA and EBITDA Margin Brazil

(in R\$ million and % of net sales)



EBITDA and International EBITDA Margin

(in R\$ million and % of net sales)



Net Income (R\$ million)

Alpargatas' Net Income in the quarter was R\$ 169.7 million, representing a growth of 95.1% compared to 2Q25.

Net financial result was negative by R\$16.5 million in the period, in line with the same period of the previous year and with financial expenses appearing as the main driver, due to debt increase.

Equity income declined by 73.8%, reaching a result of R\$ 3.2 million in the quarter, mainly explained by:

- the recognition of 48.8% of Rothy's recurring income in the period, lower than that observed in 2Q25; and
- the effects of amortization of asset fair value adjustments, in the amount of R\$3.7 million in the quarter.

(R\$ million)	2Q26	2Q25	2Q26 vs. 2Q25	1S26	1S25	1S26 vs. 1S25
(=) EBIT	208.5	106.2	+96.2%	433.7	238.0	+82.2%
(+) Financial Result	(16.5)	(15.4)	+7.7%	(41.6)	(36.1)	+15.3%
Financial income	26.4	31.8	-16.9%	77.3	65.5	+18.0%
Financial expenses	(47.1)	(37.5)	+25.5%	(92.5)	(80.2)	+15.2%
Exchange variation	4.1	(9.6)	-142.6%	(26.5)	(21.4)	+23.7%
(=) EBT	192.0	90.9	+111.2%	392.0	201.9	+94.2%
(-) Income Tax / Social Contribution	(25.5)	(16.3)	+57.0%	(48.0)	(8.1)	+489.8%
(+) Equity Income	3.2	12.3	-73.8%	(11.6)	5.6	-305.2%
(=) Alpargatas Net income	169.7	87.0	+95.1%	332.5	199.4	+66.8%

EBITDA Reconciliation* (R\$ million)

According to CVM Nº 156/22

(R\$ million)	2Q26	2Q25	2Q26 vs. 2Q25	1S26	1S25	1S26 vs. 1S25
(=) Net income	169.7	87.0	+95.1%	332.5	199.4	+66.8%
(-) Income Tax / Social Contribution	25.5	16.3	+57.0%	48.0	8.1	+489.8%
(+) Financial result	16.5	15.4	+7.7%	41.6	36.1	+15.3%
(+) D&A	60.6	68.4	-11.5%	121.7	131.0	-7.1%
(+) Equity income	(3.2)	(12.3)	-73.8%	11.6	(5.6)	-305.2%
(=) EBITDA	269.1	174.7	+54.1%	555.4	369.0	+50.5%
(+) Extraordinary Items	16.9	17.9	-5.7%	30.2	29.6	+1.9%
(=) Adjusted EBITDA	286.0	192.6	+48.5%	585.5	398.6	+46.9%
Adjusted EBITDA Margin (%)	23.3%	17.5%	+5.8pp	23.8%	18.2%	+5.7pp

* EBITDA is a non-GAAP measure prepared by the Company in accordance with CVM Resolution No. 156/22. EBITDA corresponds to the Company's net income plus net financial result, income tax and social contribution, and depreciation and amortization expenses. Adjusted EBITDA, in turn, consists of consolidated EBITDA adjusted for non-recurring items. In management's view, these adjustments allow for a more appropriate presentation of the Company's cash generation potential by excluding extraordinary events. Extraordinary items refer to: (i) M&A expenses related to consulting and legal services, whether for ongoing discussions or monitoring of processes; (ii) expenses associated with the simplification of the Company's organizational, industrial, or commercial structure; and (iii) other expenses/income also considered non-recurring for the period and not allocated to other classifications. These expenses are included in the Company's financial statements and were extracted from the Operating Expenses line item.

Working capital (R\$ million and days of Net Sales*)

Inventories

(R\$ million)	2Q25	3Q25	4Q25	1Q26	2Q26	Δ 2Q25	Δ 1Q26
Inventories	868.8	802.8	760.1	789.2	829.9	-38.9	+40.7
<i>in days of NS</i>	73	66	61	61	63	-10	+1
Finished goods	494.6	475.1	422.8	424.9	453.5	-41.2	+28.5
<i>in days of NS</i>	41	39	34	33	34	-7	+1
Products in process	30.0	30.4	34.7	35.1	34.9	4.9	-0.2
<i>in days of NS</i>	3	3	3	3	3	0	0
Raw material and others	344.2	297.3	302.6	329.2	341.6	-2.7	+12.4
<i>in days of NS</i>	29	24	24	26	26	-3	0

Accounts Receivable

(R\$ million)	2Q25	3Q25	4Q25	1Q26	2Q26	Δ 2Q25	Δ 1Q26
Accounts receivable	988.3	961.1	1,189.6	1,231.4	1,273.8	+285.5	+42.4
<i>in days of NS</i>	83	79	95	96	96	+13	+1

Accounts Payable

(R\$ million)	2Q25	3Q25	4Q25	1Q26	2Q26	Δ 2Q25	Δ 1Q26
Total Suppliers	625.4	526.2	600.4	593.5	629.4	+4.0	+35.9
<i>in days of NS</i>	52	43	48	46	48	-5	+2
Suppliers	488.0	392.5	442.3	460.1	493.4	+5.4	+33.4
Forfaiting ¹	137.3	133.7	158.1	133.5	135.9	-1.4	+2.5

Note: Net Sales for the last twelve months

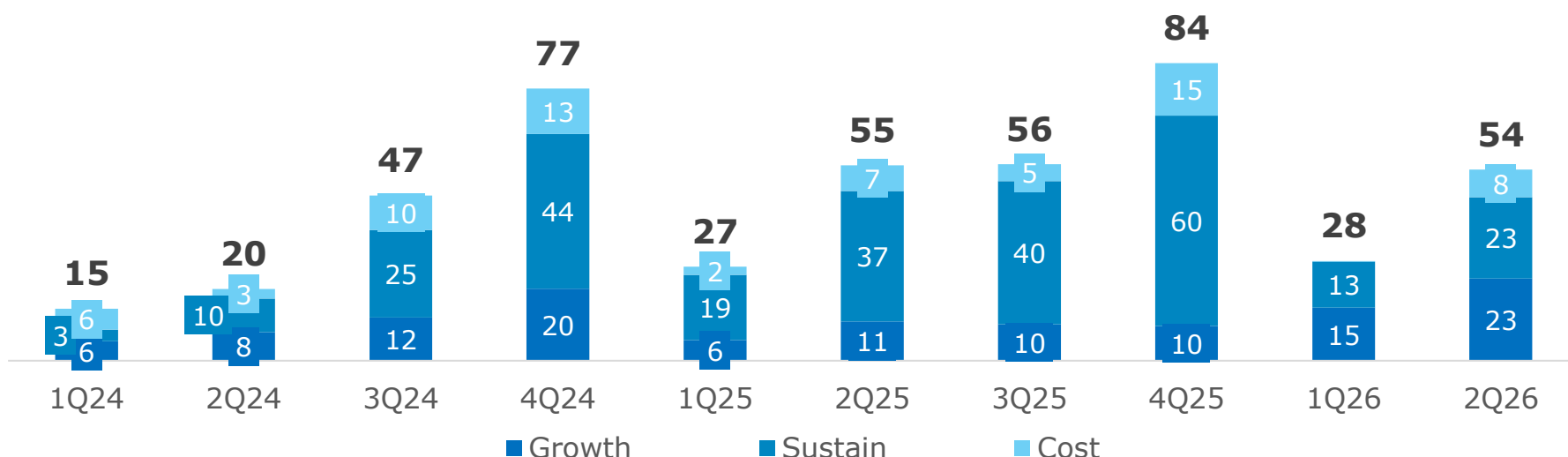
The Company recorded a **cash consumption of R\$ 47.2 million** related to the variation in core working capital accounts in the quarter. The changes are explained by:

- An increase of R\$40.7 million in inventories versus 1Q26, explained by production seasonality. Compared to 2Q25, the inventory balance decreased by R\$38.9 million, mainly in finished products, explained by the positive sales performance in the period. The amount of inventory in days of net sales decreased by 10 days.
- Increase of R\$42.4 million in accounts receivable vs. 1Q26, stable on days of net sales. Compared to 2Q25, the balance of receivables grew by R\$285.5 million, mainly due to sales increase in Europe.
- Increase of R\$35.9 million in the balance of suppliers vs. 1Q26. Compared to 2Q25, the balance of suppliers remains practically stable.

It is worth noting that the working capital dynamics presented by the Company in 2Q26 reflect the evolution of operations, as well as the strong commercial momentum.

¹In the Forfait operation, suppliers transfer the right to receive securities to the bank in exchange for the early receipt of the security. The bank then becomes the creditor of the operation, and Alpargatas settles the security on the originally agreed date with its supplier, without changing the terms, prices, and conditions previously established with the supplier. This operation does not generate financial expenses for Alpargatas.

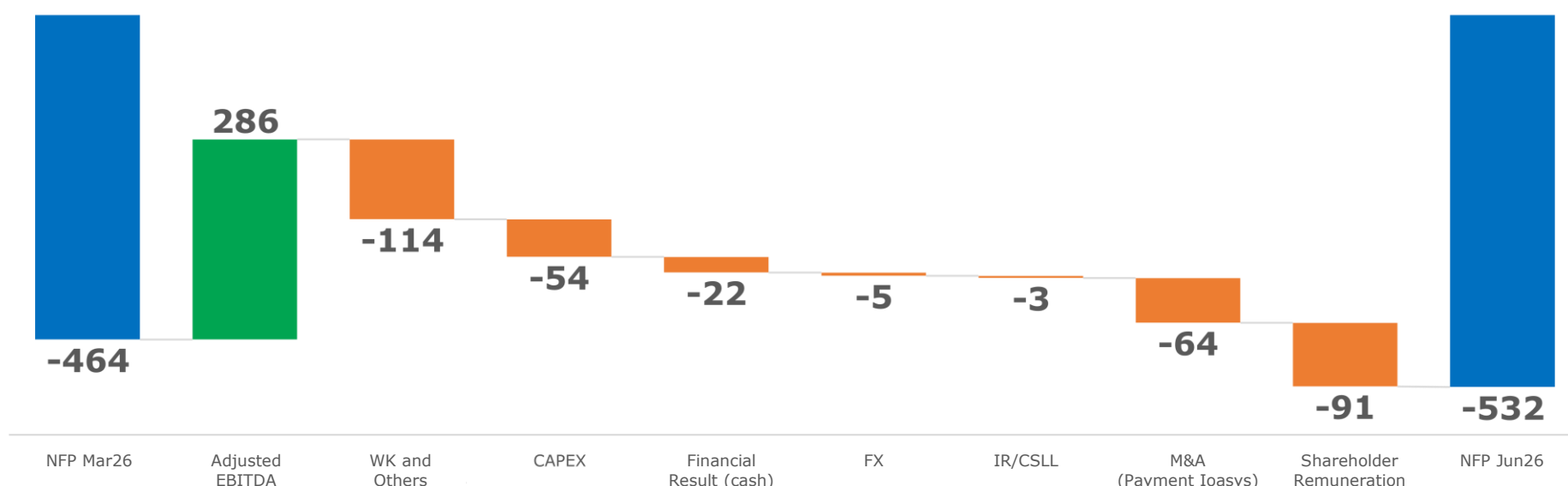
CAPEX (R\$ million)



For 2026, the management's proposal for investments in the Company amounts to R\$ 243 million, allocated across projects aimed at optimization, growth or sustaining our operations. In this quarter, R\$ 54.1 million was invested, divided into:

- R\$ 23.2 million allocated to projects focused on growth;
- R\$ 23.0 million allocated to projects focused on sustaining the business; and
- R\$ 7.9 million allocated to projects aimed at optimizing the Company's business.

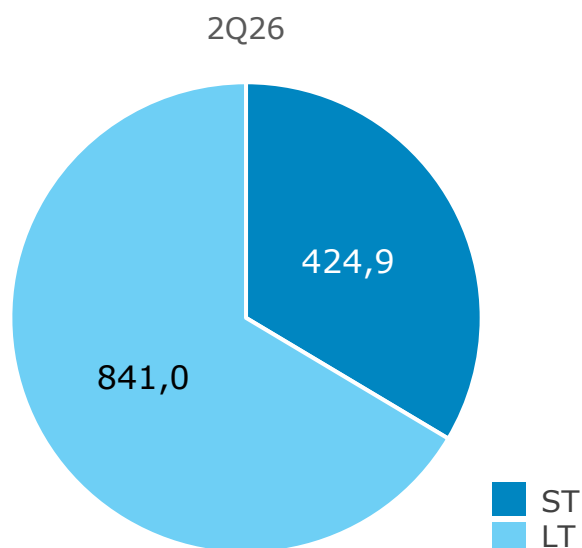
Net financial position (R\$ million)



The Company ended the quarter with a negative net financial position of **R\$532.2 million**, an increase of **R\$67.9 million**, compared to the net financial position recorded at the end of **1Q26**. In the quarter, **EBITDA of R\$286.0 million** was the main responsible for operating cash generation. On the other hand, the net financial position was impacted by the payment of **R\$106 million in IOE** (equivalent to **R\$91 million net of taxes**), approved in December 2025 and effective in May 2026, and by the disbursement of **R\$64 million** related to the settlement portion of the acquisition of Ioasys carried out in 2021.

In addition, the Company recorded consumption of **R\$47 million** in the main working capital accounts (inventories, accounts receivable and accounts payable), as previously detailed. Finally, the second quarter is traditionally marked by the payment of bonuses to employees, which also contributed to the negative net financial position of R\$532 million in the period.

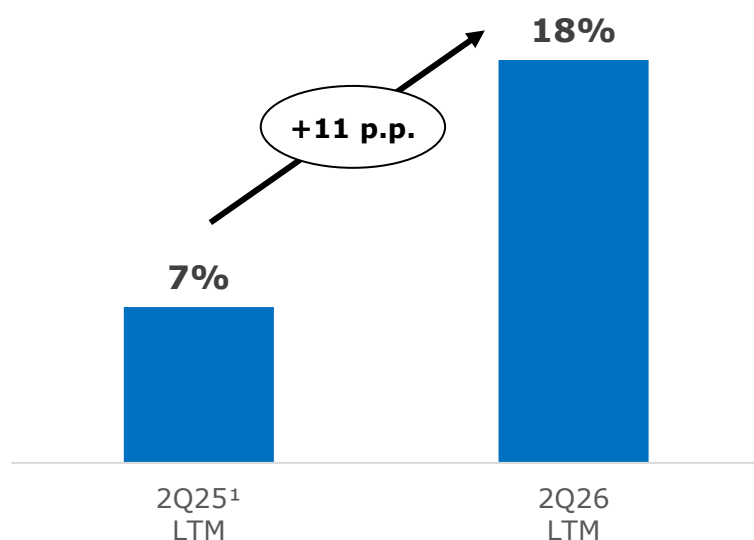
Indebtedness and Leverage (R\$ million)



(R\$ million)	2Q26	2Q25
Loans and Financing	1,265.9	684.6
Short Term	424.9	264.5
Long Term	841.0	420.1
Financial instruments – fair value hedge (LT)	-	-
Cash and Investments	733.7	878.6
Cash and cash equivalents	200.3	188.6
Short Term	517.4	676.0
Long Term	16.0	14.0
Net Debt	532.2	(194.0)
Adjusted EBITDA (LTM)	1,052.5	571.5
Net Debt/Adjusted EBITDA	0.5	(0.3)

Return on Invested Capital (ROIC)

ROIC* reached 18.0% in 2Q26 LTM, an increase of 11.0 p.p. vs. 2Q25 LTM.



* Calculation methodology :

Net Operating Profit After Taxes (NOPAT) over the last twelve months, divided by the average invested capital over the same period (net debt and shareholders' equity).

¹ The ROIC calculation methodology was revised in this quarter and now includes non-recurring items in the composition of net operating profit.



Rothy's

Rothy's recorded **Net Sales of US\$61.2 million**, a decrease of 2.9% compared to the same period of the previous year, mainly explained by the retraction in online sales, as an effect of the strategy to reduce the channel's dependence over discounts, which was partially offset by the performance of the company-owned stores, supported by the addition of 10 new stores over the last 12 months, as well as the opening of new wholesale doors.

Gross Profit totaled USD 41.0 million in the period, an increase of 6.0% and gross margin of 67%, an increase of 5.7 p.p. compared to 2Q25. The margin benefited primarily from the reimbursement made by the U.S. government regarding tariffs imposed on products imported from China last year, as well as from the higher volume share of full-price sales.

Operating Expenses registered US\$34.4 million in 2Q26, an increase of 11.9% compared to 2Q25. This variation is mainly explained by the expenses of new stores, as well as by the increase in personnel expenses in the period.

As a result, Rothys recorded **quarterly EBITDA of US\$6.5 million**, a reduction of 17.0% y/y and a margin of 10.7%, a reduction of 1.8 p.p. when compared to 2Q25.

Net Income totaled USD2.9 million in the period, with a net margin of 4.7%, a reduction of 4.7p.p. compared to 2Q25.



(USD million)	2Q26	2Q25	2Q26 vs. 2Q25	1S26	1S25	1S26 vs. 1S25
(=) Net Sales	61.2	63.0	-2.9%	108.0	106.4	+1.5%
(-) COGS	(20.2)	(24.4)	-17.1%	(40.6)	(41.0)	-0.9%
(=) Gross profit	41.0	38.6	+6.0%	67.3	65.4	+2.9%
Gross margin (%)	67.0%	61.3%	+5.7pp	62.4%	61.5%	+0.9pp
(-) Operating Expenses	(34.4)	(30.8)	+11.9%	(63.0)	(56.8)	+11.0%
(-) D&A	(3.6)	(3.0)	+19.0%	(6.7)	(5.6)	+18.4%
(=) Operational Result	3.0	4.9	-39.1%	(2.3)	3.1	-175.0%
(=) EBITDA	6.5	7.9	-17.0%	4.4	8.7	-49.7%
EBITDA Margin (%)	10.7%	12.5%	-1.8pp	4.1%	8.2%	-4.1pp
(+) Financial Result	1.2	1.6	-24.2%	2.9	3.1	-5.5%
(-) Income Tax / Social Contribution	(1.3)	(0.6)	+127.5%	(0.1)	(0.6)	-87.1%
(=) Net Income	2.9	5.9	-51.5%	0.6	5.5	-89.9%
Net margin (%)	4.7%	9.4%	-4.7pp	0.5%	5.2%	-4.7pp
Stores	39	29	+10	39	29	+10
Same Store Sales	-5.0%	-2.0%	-3.0pp	-2.0%	-2.0%	-
Contribution of brick and mortar stores (%)	27.0%	22.2%	+4.8pp	24.4%	20.2%	+4.2pp
Contribution of recurring customers (%)	54.2%	43.7%	+10.5pp	55.4%	42.4%	+13.0pp
Marketing + Store Expenses (US\$ millions)	20.6	17.8	+15.5%	35.6	31.1	+14.5%

Alpargatas S.A. holds 48.8% of Rothys's share capital; therefore, its financial statements are not consolidated into the Company's financial statements. The financial information related to Rothys's presented herein has been extracted from Rothys's standalone audited financial statements and corresponds to 100% of the business.

APPENDIX





Havaianas

Brazil Results (R\$ million, % of net sales and million pairs)

(R\$ million million pairs)	2Q26	2Q26	2Q26 vs. 2Q25	1S26	1S25	1S26 vs. 1S25
Volume	45.6	42.0	+8.6%	100.4	92.9	+8.1%
Net Sales	809.2	693.7	+16.7%	1,718.3	1,496.6	+14.8%
COGS	422.0	376.9	+12.0%	881.2	807.9	+9.1%
Gross Profit	387.2	316.8	+22.2%	837.1	688.6	+21.6%
Gross margin (%)	47.9%	45.7%	+2.2pp	48.7%	46.0%	+2.7pp
Operating Expenses	221.5	178.6	+24.0%	434.0	376.6	+15.3%
EBITDA	165.7	138.2	+19.9%	403.1	312.0	+29.2%
EBITDA Margin (%)	20.5%	19.9%	+0.6pp	23.5%	20.9%	+2.6pp
(R\$ / pair)	2Q26	2Q26	2Q26 vs. 2Q25	1S26	1S25	1S26 vs. 1S25
Net Sales / pair	17.76	16.53	+7.5%	17.11	16.10	+6.3%
COGS / pair	9.26	8.98	+3.1%	8.78	8.69	+0.9%
Gross Profit / pair	8.50	7.55	+12.6%	8.34	7.41	+12.5%
Operating Expenses / pair	4.86	4.26	+14.2%	4.32	4.05	+6.7%
EBITDA / pair	3.64	3.29	+10.5%	4.01	3.36	+19.6%

International Results (R\$ million, % of net sales and million pairs)

(R\$ million million pairs)	2Q26	2Q26	2Q26 vs. 2Q25	1S26	1S25	1S26 vs. 1S25
Volume	7.7	6.9	+11.9%	14.3	12.7	+13.2%
Europe	4.4	3.6	+20.9%	7.9	6.6	+19.6%
USA	0.6	0.8	-30.0%	1.8	1.2	+40.2%
IDM	2.8	2.5	+12.1%	4.7	4.8	-2.3%
Net Sales	405.8	396.6	+2.3%	713.4	675.6	+5.6%
Europe	308.5	255.8	+20.6%	512.3	433.1	+18.3%
USA	22.1	66.8	-66.9%	72.6	108.0	-32.8%
IDM	75.2	74.1	+1.5%	128.4	134.6	-4.5%
COGS	110.2	120.5	-8.6%	227.6	218.7	+4.0%
Gross Profit	295.6	276.1	+7.1%	485.8	456.9	+6.3%
Gross Margin (%)	72.8%	69.6%	+3.2pp	68.1%	67.6%	+0.5pp
Operating Expenses	178.2	218.9	-18.6%	306.1	366.7	-16.5%
EBITDA	117.4	57.2	+105.2%	179.6	90.2	+99.1%
EBITDA Margin (%)	28.9%	14.4%	+14.5pp	25.2%	13.4%	+11.8pp
(R\$ million million pairs)	2Q26	2Q26	2Q26 vs. 2Q25	1S26	1S25	1S26 vs. 1S25
Net Sales / pair	52.71	57.65	-8.6%	49.79	53.40	-6.8%
COGS / pair	14.31	17.52	-18.3%	15.88	17.29	-8.1%
Gross Profit / pair	38.40	40.13	-4.3%	33.91	36.11	-6.1%
Operating Expenses / pair	23.14	31.81	-27.3%	21.37	28.98	-26.3%
EBITDA / pair	15.25	8.32	+83.3%	12.54	7.13	+75.9%
In constant currency (R\$ million million pairs)	2Q26	2Q26	2Q26 vs. 2Q25	1S26	1S25	1S26 vs. 1S25
Volume	7.7	6.9	+11.9%	14.3	12.7	+13.2%
Europe	4.4	3.6	+20.9%	7.9	6.6	+19.6%
USA	0.6	0.8	-30.0%	1.8	1.2	+40.2%
IDM	2.8	2.5	+12.1%	4.7	4.8	-2.3%
Net Sales	405.8	353.3	+14.8%	702.6	596.7	+17.7%
Europe	308.5	227.9	+35.4%	505.2	382.5	+32.1%
USA	22.1	59.5	-62.9%	70.8	95.4	-25.8%
IDM	75.2	66.0	+14.0%	126.6	118.8	+6.6%
COGS	110.2	114.7	-4.0%	223.5	193.0	+15.8%
Gross Profit	295.6	238.6	+23.9%	479.1	403.7	+18.7%
Gross Margin (%)	72.8%	67.5%	+5.3pp	68.2%	67.6%	+0.5pp
Operating Expenses	178.2	184.1	-3.2%	301.7	323.9	-6.9%
EBITDA	117.4	54.5	+115.5%	177.5	79.8	+122.5%
EBITDA Margin (%)	28.9%	15.4%	+13.5pp	25.3%	13.4%	+11.9pp
In constant currency (R\$ / pair)	2Q26	2Q26	2Q26 vs. 2Q25	1S26	1S25	1S26 vs. 1S25
Net Sales / pair	52.71	51.36	+2.6%	49.04	47.16	+4.0%
COGS / pair	14.31	16.68	-14.2%	15.60	15.26	+2.2%
Gross Profit / pair	38.40	34.68	+10.7%	33.44	31.90	+4.8%
Operating Expenses / pair	23.14	26.76	-13.5%	21.06	25.60	-17.8%
EBITDA / pair	15.25	7.92	+92.6%	12.39	6.30	+96.5%

Income Statement (R\$ million)

(R\$ million)	2Q26	2Q25	2Q26 vs. 2Q25	1S26	1S25	1S26 vs. 1S25
(=) Net sales	1,226.4	1,101.4	+11.3%	2,455.8	2,193.8	+11.9%
(-) Cost of sales	(535.5)	(498.6)	+7.4%	(1,118.1)	(1,030.6)	+8.5%
(=) Gross Profit	690.8	602.8	+14.6%	1,337.7	1,163.3	+15.0%
Gross Margin (%)	56.3%	54.7%	+1.6pp	54.5%	53.0%	+1.4pp
(-) Operating Expenses	(482.3)	(496.5)	-2.9%	(904.0)	(925.3)	-2.3%
Sales	(376.2)	(362.4)	+3.8%	(687.2)	(691.2)	-0.6%
General and administrative	(77.1)	(63.8)	+20.8%	(148.6)	(134.0)	+10.9%
Other operating income (expenses). net	(29.1)	(70.3)	-58.7%	(68.2)	(100.1)	-31.9%
(+) Financial Result	(16.5)	(15.4)	+7.7%	(41.6)	(36.1)	+15.3%
Financial income	26.4	31.8	-16.9%	77.3	65.5	+18.0%
Financial expenses	(47.1)	(37.5)	+25.5%	(92.5)	(80.2)	+15.2%
Exchange variation	4.1	(9.6)	-142.6%	(26.5)	(21.4)	+23.7%
(=) EBT	192.0	90.9	+111.2%	392.0	201.9	+94.2%
(-) Income Tax / Social Contribution	(25.5)	(16.3)	+57.0%	(48.0)	(8.1)	+489.8%
(=) Net income continuing op. (Exc. Equity Accounting)	166.4	74.6	+123.0%	344.1	193.7	+77.6%
(+) Equity Income	3.2	12.3	-73.8%	(11.6)	5.6	-305.2%
(=) Net Income	169.7	87.0	+95.1%	332.5	199.4	+66.8%
Net margin (%)	13.8%	7.9%	+5.9pp	13.5%	9.1%	+4.5pp

Balance Sheet (R\$ million)

ASSETS	06/30/2026	31/12/2025	LIABILITIES AND NET EQUITY	06/30/2026	31/12/2025
CURRENT			CURRENT		
Cash and cash equivalents	717.7	555.6	Suppliers	493.4	442.3
Accounts receivable from clients	1,273.8	1,189.6	Forfait	135.9	158.1
Inventories	829.9	760.1	Loans and debts	424.9	380.5
Recoverable taxes	133.1	138.3	Leasing liabilities	34.2	39.2
Prepaid expenses	45.9	35.3	Tax liabilities	56.9	48.0
Other credits	35.3	32.1	Long-term incentive plan	3.5	1.4
Total current assets	3,035.7	2,711.0	Provisions and other liabilities	233.1	188.3
			Labor and social security liabilities	186.1	220.8
			Accounts payable on sale of subsidiary	-	89.1
			Provision for tax. civil and labor contingencies	9.9	12.8
			Interests on capital and payable dividends	10.6	106.6
			Total current liabilities	1,588.6	1,687.1
NONCURRENT			NONCURRENT		
Financial investments	16.0	15.0	Loans and debts	841.0	855.0
Recoverable taxes	308.3	274.0	Leasing liabilities	101.3	124.2
Deferred income and social contribution taxes	179.9	240.5	Deferred income tax and social contribution	0.1	0.1
Deposit in court	23.9	27.5	Provision for tax. civil and labor contingencies	12.0	16.8
Other credits	12.8	10.1	Long-term incentive plan	28.9	16.7
Long-term assets			Other liabilities	17.4	17.1
Investments	744.8	798.3	Tax obligation	78.6	56.0
Fixed assets	1,397.5	1,401.1	Total noncurrent liabilities	1,079.3	1,085.9
Right-of-use asset	117.3	146.0			
Intangible	451.0	473.1			
Total noncurrent assets	3,251.5	3,385.7	NET EQUITY		
			Share Capital	3,056.9	3,056.9
			Capital reserves	223.3	223.3
			Revenue reserve	258.1	258.1
			Accumulated Earnings (Losses)	334.6	-
			Other comprehensive income	(253.3)	(214.3)
			Assigned shareholders' equity to controlling shareholders	3,619.5	3,323.9
			Non-controlling shareholders'	(0.1)	(0.1)
			Total net equity	3,619.3	3,323.8
TOTAL ASSETS	6,287.1	6,096.8	TOTAL LIABILITIES AND NET EQUITY	6,287.1	6,096.8

Cash Flow Statement (*R\$ million*)

(R\$ million)	2Q26	2Q25
Net cash generated (consumed) in operating activities	146.5	64.3
Adjustments to reconcile net income for the year from continued operation the net cash generated by operating activities	315.8	235.1
Net income from continued operations	169.7	87.0
Depreciation and amortization	50.5	57.6
Gain (loss) on disposal/write-off of property, plant and equipment	0.0	0.3
Equity in net income of subsidiaries	(3.2)	(12.3)
Interest. Monetary, and exchange rate variations	37.3	35.8
Provision for labor, civil and tax contingencies	6.2	23.7
Income tax and social contribution - current and deferred	25.5	16.3
Inventory losses - provision and adjustment	13.1	6.2
Provision for expected loss on accounts receivable	(2.5)	2.5
Inflation adjustment of judicial deposits and tax credits	0.1	0.2
Provision for long-term incentive plan	5.6	3.3
Interest expense on lease liabilities	3.5	3.7
Depreciation of right-of-use assets	9.9	10.8
Remeasurement of payable related to subsidiary acquisition	(0.0)	-
Decrease (increase) in assets and liabilities	(108.7)	(145.8)
Accounts receivable from clientes	(46.7)	(59.1)
Inventories	(55.3)	(91.3)
Prepaid expenses	(14.9)	(0.5)
Recoverable taxes	(22.4)	(10.6)
Suppliers	42.8	31.3
Tax liabilities	37.0	27.6
Labor and social security liabilities	(55.3)	(50.9)
Contingencies	(7.1)	(20.6)
Others	13.2	28.3
Cash (consumed in) generated from operations	207.1	89.3
(Payments) / refunds of income tax and social contribution	(3.0)	(11.6)
Payment of charges, loans and debts	(54.6)	(10.6)
Payment of lease interest - IFRS 16	(3.1)	(2.8)
Net cash (used) in investment activities	(118.2)	(54.3)
Acquisition of property, plant and equipment and intangible assets	(54.1)	(54.3)
Cash related to settlement of acquisition (Ioasys)	(64.1)	-
Net cash generated from (used in) financing activities	(81.8)	(259.0)
Borrowings and financing proceeds	123.3	101.4
Payment of loans and borrowings - Principal	(104.2)	(288.6)
Payment of interest on equity and dividends	(90.9)	(61.1)
Payment of lease principal - IFRS 16	(10.1)	(10.7)
Foreign exchange effect on cash and cash equivalents	(23.4)	14.9
Increase (decrease) in cash and cash equivalents	(77.0)	(234.1)
Initial balance of cash and cash equivalents	794.7	1,098.6
Final balance of cash and cash equivalents	717.7	864.6



INVESTOR RELATIONS
ri@alpargatas.com

